

green media lab

Bilancio di sostenibilità

2023 - 2024



Indice

Lettera del CEO	3		
1. Overview	4		
Guida alla lettura	5		
Highlights 2023 & 2024	6		
Mission e Valori	8		
About Green Media Lab	9		
La storia	11		
2. Obiettivi di sviluppo sostenibile	13		
Società benefit e B Corp	14		
Strumento di analisi: B Impact Assesment	15		
Analisi di materialità	15		
Strategia ESG	18		
3. Generare valore condiviso	23		
Il ruolo del più alto organo di governo	24		
Evoluzione della buona governance	25		
Consolidamento delle policy ESG	25		
Il valore economico generato e distribuito	26		
4. Persone al centro	27		
Composizione del personale	29		
Benessere dei dipendenti	30		
Modello di remunerazione e bonus	31		
Sviluppo professionale e cultura della sostenibilità	32		
Diversity, Equity & Inclusion	34		
5. Minimizzare l'impatto ambientale	35		
Il nostro impatto ambientale: Uso delle risorse	36		
Efficienza energetica e Decarbonizzazione	37		
Obiettivi e Azioni	39		
Motore di responsabilità condivisa	39		
I nostri spazi	40		
6. Supporto alla comunità locale	42		
Supporto alla comunità locale	43		
Volontariato	45		
Partnership e collaborazioni consolidate	46		
The Sustainables	47		
Maratona con Oklahoma	48		
7. Appendice	49		
Annex 01 - Tabelle e numeri	50		
Annex 02 - Tabella VSME	66		

Lettera del CEO

Carissimi Stakeholder,

Ho il piacere di presentarvi il **Bilancio di Sostenibilità 2023-2024**, un nuovo tassello del nostro percorso verso la creazione di valore condiviso per le persone, la comunità e il Pianeta. Green Media Lab, in qualità di **Società Benefit** e **B Corp certificata**, continua a evolversi con un approccio sempre più integrato, in cui sostenibilità economica, ambientale e sociale sono strettamente connesse.

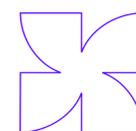
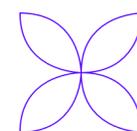
Nel 2024 abbiamo rafforzato ulteriormente questo impegno ottenendo la **certificazione UNI/PdR: 125 sulla parità di genere**, un riconoscimento che attesta il nostro lavoro nella costruzione di un ambiente inclusivo, dove uguaglianza e valorizzazione delle diversità sono principi fondamentali. La crescita di Green Media Lab è passata anche attraverso un'evoluzione della governance, con la costituzione del **Consiglio di Amministrazione**, un passaggio essenziale per consolidare il nostro percorso e garantire una gestione ancora più solida e strutturata, accompagnato dall'introduzione di nuove misure di **trasparenza** e **integrità**, tra cui una procedura formale di whistleblowing.

Un ulteriore traguardo di cui siamo particolarmente fieri è il **riconoscimento del nostro ruolo di Membro Fondatore del Global Compact Network Italia**, che ci permette di contribuire attivamente alla diffusione di buone pratiche e di partecipare al dibattito su temi cruciali come i **diritti umani**, le **condizioni di lavoro** e la **protezione dell'ambiente**.

Il Bilancio di Sostenibilità è un momento di riflessione sul lavoro svolto, ma anche un'occasione per guardare avanti con ambizione e responsabilità. Racconta i progressi raggiunti e traccia le prospettive future. Siamo consapevoli che la sostenibilità sia un percorso in continua evoluzione e siamo determinati a fare sempre di più con un approccio trasformativo e rigenerativo.

Vi ringrazio per il tempo dedicato alla lettura e per essere parte di questo cammino.

Daniele Denegri

Overview

- [Guida alla lettura](#)
- [Highlights 2023 & 2024](#)
- [Mission e Valori](#)
- [About Green Media Lab](#)
- [La storia](#)

Guida alla lettura

Per facilitare la comprensione e l'utilizzo del Report, verrà brevemente illustrata una semplice guida che specifica la metodologia seguita per la rendicontazione e accompagna il lettore nella lettura documento.

Il Bilancio di Sostenibilità di Green Media Lab Srl SB (compresa la sede a Madrid, Spagna), quest'anno alla sua quarta edizione, è redatto su base biennale e volontaria, al fine di riportare, con sempre maggiore accuratezza, le performance della società in materia ESG (**Environment, Social e Governance**). Tale documento fornisce una rappresentazione completa dell'impegno della società, dei risultati da essa raggiunti attraverso specifiche azioni e progetti e del percorso di breve, medio e lungo termine.

L'edizione attuale è redatta secondo i Voluntary Sustainability Reporting Standards for Non-listed SMEs (**VSME**), uno standard di rendicontazione volontario pensato specificamente per micro, piccole e medie imprese non quotate e non soggette alla Corporate Sustainability Reporting Directive (**CSRD**). Il VSME è stato sviluppato da **EFRAG** (European Financial Reporting Advisory Group), l'organismo consultivo che supporta la Commissione Europea in materia di reporting finanziario e rendicontazione della sostenibilità.

Per la redazione del presente Bilancio sono stati presi in considerazione sia il **Modulo Base** che il **Modulo Completo** previsti dallo standard VSME. Tali indicatori, di natura qualitativa e quantitativa, sono stati utilizzati per fornire una panoramica delle azioni di natura economica, di

governance, ambientale e sociale realizzate, con approfondimenti sulle principali iniziative interne ed esterne promosse, e il relativo impatto che queste hanno avuto. L'estensione e la qualità della rendicontazione riflettono i principi di inclusione degli stakeholder, trasparenza, accuratezza e comparabilità, come riportato dallo standard VSME.

Verranno collegati a ciascun pillar della strategia di Green Media Lab gli SDGs a cui si contribuisce, definiti nel capitolo "Obiettivi di sviluppo sostenibile". In questo modo sarà possibile evidenziare le relazioni tra i target degli SDGs, le azioni intraprese nel 2023-2024 e gli impegni prefissati per il futuro. Il report si apre con il capitolo "**Overview**", che offre una visione complessiva della strategia e del contesto in cui opera Green Media Lab. Seguono "**Obiettivi di sviluppo sostenibile**", dove vengono presentati i target specifici a cui l'azienda contribuisce. I capitoli successivi illustrano i pillar fondamentali della strategia di sostenibilità: "**Governance**", dedicato al modello aziendale e ai principi che guidano le decisioni e i processi interni; "**People**", che fornisce una panoramica sulla gestione delle persone e sul valore attribuito al capitale umano; "**Environment**", in cui vengono approfonditi gli impatti ambientali delle attività e gli impegni assunti; e infine "**Community**", che descrive le relazioni con gli stakeholder e con il territorio, evidenziando le iniziative di cittadinanza attiva e l'impegno verso la creazione di valore condiviso.

Alla fine della suddetta rendicontazione non finanziaria è presente il "**VSME Content Index**" che sarà utile per orientarsi all'interno del bilancio. I dati e le informazioni riportate fanno riferimento all'esercizio

1° gennaio – 31 dicembre 2023 e 1 gennaio - 31 dicembre 2024, salvo diversamente indicato.

Per commenti, richieste e suggerimenti di miglioramento relativi alle attività di sostenibilità di Green Media Lab e alle informazioni contenute nel presente Bilancio, si prega di contattarci ai seguenti indirizzi:

☎ [+39 02 91320415](tel:+390291320415)

✉ info@greenmedialab.com

📷 [@greenmedialab](https://www.instagram.com/greenmedialab)

🌐 [@greenmedialab](https://www.linkedin.com/company/greenmedialab)

🌐 www.greenmedialab.com



Highlights 2023

↳ Governance

12

interventi a tema ESG

1°

anno sede spagnola

↳ Community

8.180

euro donati alla comunità

↳ People

441

ore di formazione

↳ Environment

-28%

di emissioni rispetto al 2022

84

ore di volontariato

100%

di energia elettrica rinnovabile

70%

manager donne

Highlights 2024

↳ Governance

23

policy ESG totali

4

membri del nuovo CDA

↳ Community

18.700

euro donati alla comunità

↳ People

543

ore di formazione

↳ Environment

-43,9%

di emissioni rispetto al 2022

22

progetti pro bono

1°

evento interno Carbon neutral

90,1%

Certificazione Parità di Genere

Mission e valori

Green Media Lab supporta i clienti e i partner nell'affrontare le sfide del presente e del futuro. L'azienda progetta delle strategie di comunicazione impattanti e accompagna le aziende nel loro percorso di **Corporate Social Responsibility**.

In Green Media Lab si ritiene che la **comunicazione** sia un **potente strumento** che, se veicolato correttamente, sia in grado di **contribuire positivamente alla rigenerazione del pianeta e della società**.

È con tale consapevolezza che **la società si impegna a:**



Sviluppare strategie di comunicazione integrate e creative per dare voce all'impegno e ai risultati dei partner in ambito sostenibilità.



Sensibilizzare, ispirare e supportare clienti e partner nell'affrontare le sfide ambientali e sociali che caratterizzano il nostro tempo.



Promuovere le connessioni multi-stakeholder per promuovere il dialogo, il confronto e amplificare l'impatto positivo.

Questi sono i **principi** che, ogni giorno, **ispirano e guidano** l'operato della società nel suo complesso e l'azione dei singoli individui.

I valori fondamentali di Green Media Lab sono:



COOPERAZIONE ➤ lavorare in sinergia con i vari stakeholder, in modo da ottimizzare sia gli output finali, che il processo che porta a questi.



CREATIVITÀ ➤ fare le cose in maniera diversa e unica.



CURIOSITÀ ➤ spingere i dipendenti a fare cose nuove, a continuare a migliorarsi e ad adattarsi alle necessità dei clienti e ai mutamenti dell'ambiente in cui opera.



SOLIDARIETÀ ➤ supportare tramite azioni concrete la realizzazione di progetti pro-bono.



RESPONSABILITÀ ➤ essere consapevoli delle proprie azioni e dei propri impatti.

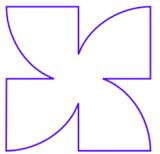
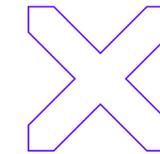
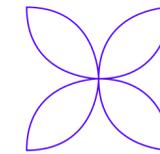


RISPETTO ➤ rispettare la persona e le risorse ambientali tramite iniziative di wellbeing aziendale e nell'attenzione posta ai temi di sostenibilità ambientale.

Appare, dunque, fondamentale che tali valori siano integrati nella cultura aziendale e perseguiti in tutti gli aspetti inerenti alla vita aziendale.

About Green Media Lab

Green Media Lab nasce nel 2012 come media company specializzata in comunicazione tradizionale e digital. Green Media Lab opera in **Italia** e **Spagna** e ha **partnership attive** in Svizzera, Francia, UK, Germania, Irlanda, Usa, e Cina. La clientela si compone principalmente di imprese del **settore lifestyle, sport&outdoor, tech, food, fashion, beauty, servizi e trade show**. È strutturata in **quattro unità operative** principali, ciascuna focalizzata su specifiche aree di competenza.



PR & PRESS OFFICE



Si occupa di pianificare strategie di comunicazione personalizzate, mantenendo relazioni con media, giornalisti e influencer per garantire una visibilità costante ai clienti.

DIGITAL & ART DIRECTION



Adatta le tendenze comunicative alle esigenze dei brand, con un team creativo che sviluppa contenuti visivi e narrativi per distinguersi sui social media e altri touchpoint digitali.

SUSTAINABILITY ADVISORY (ESG)



Offre consulenza strategica su tematiche ambientali, sociali e di governance, supportando le aziende nell'adozione di un approccio più responsabile e nella definizione di piani d'azione per generare un impatto positivo e misurabile, anche attraverso percorsi di certificazione come quello B Corp.

EVENT MANAGEMENT

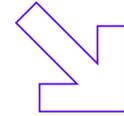


Green Media Lab organizza eventi su misura, creando occasioni di visibilità e networking. Gli spazi interni ed esterni della sede, come la Fabbrica dell'Aria™ e i GML Studios, offrono ambienti versatili per conferenze, workshop, shooting e momenti di networking.

Oltre alla sede principale di Milano, situata in Via Tertulliano 68/70, **nel luglio 2022 è stata inaugurata una nuova sede a Madrid, in Spagna**, ampliando così la presenza internazionale di Green Media Lab.

Questa nuova apertura rappresenta un **passo strategico** per rafforzare la nostra capacità di operare e interagire con i mercati europei, **offrendo un supporto più diretto ai nostri clienti** e partner nella regione.

La **collaborazione con Patagonia**, uno dei primi clienti dell'agenzia, è **stata cruciale nella determinazione dell'identità della società** stessa. Fin dall'inizio, Patagonia ha perseguito come obiettivo principale la tutela ambientale, e ha dimostrato al mondo come tale mentalità non debba entrare per forza in conflitto con i profitti, ma possa rappresentare la chiave stessa del successo di un'impresa. Questa filosofia è riconducibile al **settore principale in cui Green Media Lab opera: gli sport outdoor e il lifestyle**.



L'attenzione al sociale nasce grazie ai valori promossi dallo sport: **uguaglianza, inclusione, diversità e gioco di squadra**.



L'attenzione agli aspetti ambientali è perciò una conseguenza diretta di queste premesse, dato che lo spazio naturale è il luogo di pratica di tutti gli sport outdoor.



La storia



2012

Nascita dell'agenzia focalizzata su brand sportivi del mondo outdoor e sul tema della sostenibilità.

Ingresso di Patagonia nel portafoglio clienti.



2013

Apertura degli Headquarters in Via Savona, Milano.



2016

Viene istituita una business unit dedicata al **Digital**, ampliando l'offerta dei servizi.



2018

Ottenuta la **certificazione B Corp**, riconoscimento per le aziende con alti standard di impatto sociale e ambientale.



2019

Nasce la business unit dedicata alla **CSR (Corporate Social Responsibility)**.

Assegnato il **Premio Assorel "Eccellenza in P.R."** per la categoria "Comunicazione Economia Circolare", grazie alla campagna "**Milan Mission Statement**" realizzata per Patagonia.

La storia



2020

Modifica dello statuto societario e ottenimento dello status giuridico di **società benefit**, con l'inserimento formale di obiettivi di beneficio comune accanto a quelli economici.

Inaugurati i nuovi headquarters presso **Spazio Tertulliano**, Milano.



2021

Sviluppo del primo evento **Carbon Neutral: Emoving Days** (3-5 settembre, CityLife Milano).

Installata la prima **Fabbrica dell'Aria** a Milano, all'interno degli headquarters.



2022

Punteggio 84.6 nella ricertificazione **B Corp** (+4 punti rispetto al 2021).

Riduzione del **45% delle emissioni Scope 1-2** e adesione al **UN Climate Ambition Accelerator**.

Partecipazione al UN Target Gender Equality.

Primo calcolo delle **emissioni Scope 3** (153 tCO₂) e adesione allo **SME Climate Hub**.

In occasione del **decimo anniversario**, viene presentata una nuova identità visiva attraverso un'operazione di **rebranding**.



2023

Apertura della sede in **Spagna (Madrid)**.

Lancio dell'**edizione zero di The Sustainables**.



2024

Costituzione del **Consiglio di Amministrazione**.

Ottenuto lo status di Founder della Fondazione UN Global Compact Network Italy.

Conseguita la **certificazione UNI/PdR:125** sulla parità di genere.

Svolta la **prima edizione ufficiale di The Sustainables**.

Obiettivi di sviluppo sostenibile

- Società benefit e B Corp
- Strumento di analisi: B Impact Assessment
- Analisi di materialità
- Strategia ESG

Obiettivi di sviluppo sostenibile

Green Media Lab, in quanto **Società Benefit e B Corp**, integra nella propria identità l'impegno a coniugare **solidità economica e impatto positivo**, orientando ogni decisione verso un **modello di business rigenerativo, responsabile e orientato al lungo termine**. La **sostenibilità** per noi non è solo una scelta etica, ma una **strategia concreta**, capace di generare valore condiviso per tutte le persone e i territori con cui entriamo in relazione.

Nel 2023, abbiamo rafforzato questo approccio definendo una visione strategica chiara e misurabile, in linea con gli standard B Corp e coerente con il nostro scopo statutario. **Questo documento rappresenta quindi non solo il Bilancio di sostenibilità, ma anche la nostra Relazione di Beneficio Comune**, redatta ai sensi della **Legge 208/2015**, con l'obiettivo di dare conto in modo trasparente del nostro percorso di impatto e dei traguardi futuri.

Gli **obiettivi di impatto** sono articolati in **quattro pilastri interconnessi**, che riflettono le nostre **aree di responsabilità e azione prioritarie**:

-  **Governance** – Generare valore condiviso.
-  **Persone** – Persone al centro
-  **Ambiente** – Minimizzare l'impatto ambientale.
-  **Comunità** – Supporto alla comunità locale.

Società benefit e B Corp

Le **B Corp** sono imprese certificate che si distinguono per l'impegno a **generare valore oltre il profitto**. Operano in oltre 78 Paesi e 155 settori con l'obiettivo di ridefinire il concetto di business, puntando su impatti positivi verso **persone, ambiente e comunità**.

Nel 2018 Green Media Lab ha intrapreso il **percorso di certificazione B Corp**, utilizzando gli strumenti e le metodologie del movimento per **analizzare i propri impatti** e avviare un percorso strutturato di trasformazione aziendale. La certificazione ci ha permesso di rafforzare internamente i nostri processi e di estendere i nostri valori a tutti gli stakeholder.

Nel 2020, a due anni dalla certificazione, abbiamo compiuto anche la **trasformazione statutaria in Società Benefit**, vincolandoci legalmente ai nostri obiettivi di impatto sociale e ambientale.



Certified



This company meets high standards of social and environmental impact.

Corporation

Nel 2023 Green Media Lab è stata selezionata tra i **nove partner italiani di B Corp Way**, programma di B Lab Europe che riconosce le aziende B Corp in grado di accompagnare altre organizzazioni nel percorso verso un impatto positivo, accelerando il cambiamento del sistema economico europeo.

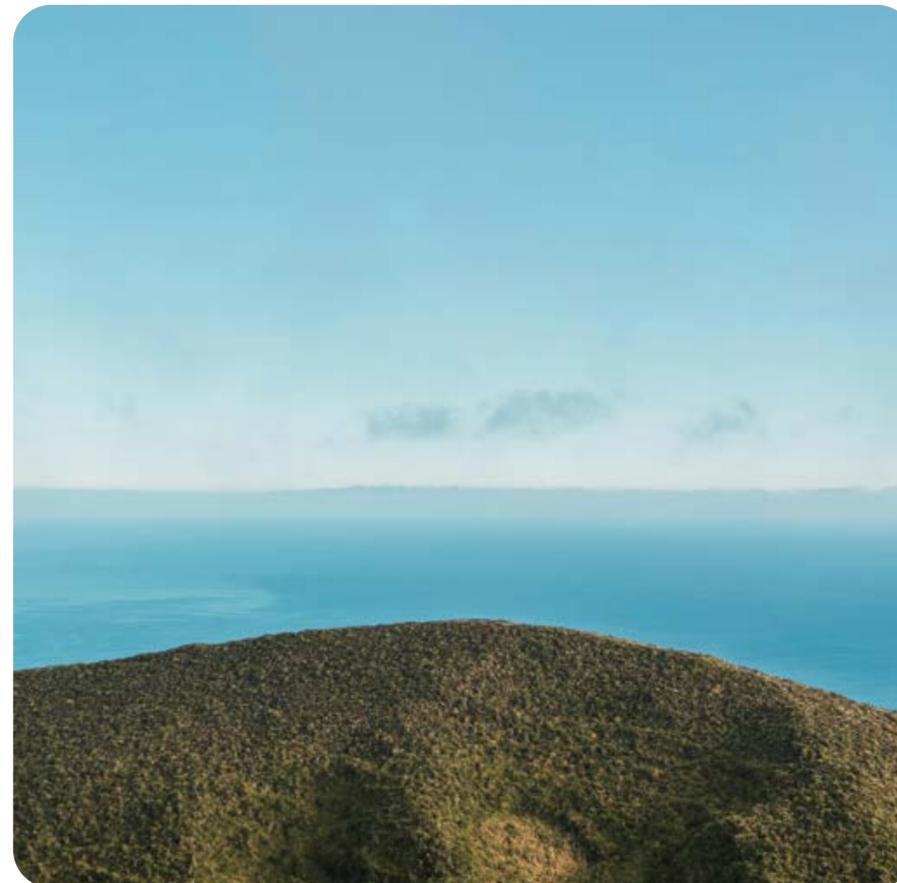
Strumento di analisi: B Impact Assessment

Lo strumento scelto e utilizzato ai fini valutatori e di rendicontazione è il **B Impact Assessment**, software digitale sviluppato in maniera nativa da B Lab. I dati sotto riportati sono relativi all'assessment certificato, con cui Green Media Lab ha raggiunto un punteggio pari a **84.6 punti**.

In seguito ad un'analisi svolta da B Corp, nel processo di certificazione è **stata inclusa anche MagNet srl B**, poiché Green Media Lab è in possesso della maggioranza delle quote di MagNet srl B.

L'assessment ha natura olistica e copre tutti gli aspetti della vita aziendale. Nel documento vi sono indicate e descritte in maniera qualitativa e quantitativa tutte le attività migliorative compiute da Green Media Lab nell'ultimo esercizio.

Green Media Lab ha deciso di utilizzare il B Impact assessment come strumento di rendicontazione, in quanto è lo strumento di misurazione utilizzato dal movimento B Corp e per la sua completezza nell'indagare le varie aree di impatto.



OVERALL B IMPACT SCORE



- 84.6 - GML B Impact Score
- 80.0 - Qualifies for B Corp certification
- 50.9 - Median score for ordinary business



Governance	→	18.5	Lavoratori	→	27.5
Comunità	→	23.0	Ambiente	→	10.1
Clienti	→	5.4	Totale	→	84.6

Analisi di materialità

Con l'introduzione del **nuovo standard volontario VSME**, sviluppato da EFRAG, l'analisi di materialità non è più un requisito obbligatorio. Tuttavia, Green Media Lab ha scelto di proseguire questo percorso in modo volontario, mantenendo una continuità metodologica con gli anni precedenti in cui aveva adottato il **framework GRI**. La decisione nasce dalla volontà di preservare **coerenza, trasparenza e tracciabilità** nella definizione delle priorità ESG, valorizzando al tempo stesso il dialogo con gli stakeholder e la comprensione degli impatti generati.

L'identificazione dei temi materiali continua quindi a rappresentare per Green Media Lab uno strumento strategico, utile per orientare le azioni di sostenibilità lungo tutta la **catena del valore**. In quanto Società Benefit, l'organizzazione riconosce il valore di un approccio integrato che coniuga **performance economica, crescita sociale e tutela ambientale**, con l'obiettivo di **generare valore condiviso** e un impatto positivo nel tempo.

A **dicembre 2023** è stato condotto un aggiornamento del processo di coinvolgimento degli stakeholder, attraverso la somministrazione di un questionario di materialità rivolto a clienti, dipendenti, fornitori, università, comunità locali e organizzazioni di settore. L'obiettivo era raccogliere percezioni e aspettative in merito ai principali impatti legati all'attività dell'azienda.

La valutazione degli impatti si è basata su **4 criteri chiave**:

- **Scala**: intensità e gravità dell'impatto;
- **Estensione**: ampiezza del coinvolgimento di persone o risorse;
- **Irrimediabilità**: difficoltà nel ripristino dello stato iniziale;
- **Probabilità**: probabilità che l'impatto si verifichi.

Questa attività ha permesso di aggiornare la mappatura dei temi rilevanti, confermando l'importanza di una gestione sostenibile e consapevole, capace di coniugare interessi aziendali e aspettative degli stakeholder, anche in assenza di un obbligo formale.

I risultati hanno evidenziato **10 tematiche materiali** che sono state racchiuse nei **4 temi** di seguito descritti.

Generare valore condiviso

La società contribuisce alla creazione di valore condiviso promuovendo pratiche responsabili, relazioni trasparenti e un approccio orientato al lungo termine nei confronti di tutti gli stakeholder. In questo ambito, sono stati identificati come materiali alcuni temi chiave legati alla governance:

- **Comunicazione etica** // Filosofia aziendale che deve guidare le scelte dell'organizzazione durante l'azione di promozione di servizi e prodotti, e risulta fondamentale per la costruzione di una reputazione fortemente solida.
- **Tutela della proprietà intellettuale** // Si riferisce agli effetti derivanti dalla protezione di idee, contenuti e soluzioni originali, essenziali per garantire l'innovazione, la competitività e la credibilità dell'azienda sul mercato.
- **Cultura aziendale** // Si riferisce agli effetti prodotti da un ambiente di lavoro coeso, motivante e orientato a valori che contraddistinguono Green Media Lab.
- **Qualità del servizio** // Si riferisce agli effetti generati dall'impegno nel fornire servizi affidabili, puntuali e coerenti con le aspettative dei clienti e dei partner, contribuendo alla soddisfazione e alla fidelizzazione.
- **Risk management** // Si riferisce agli effetti connessi alla capacità di individuare, valutare e gestire i rischi aziendali, prevenendo impatti negativi e rafforzando la resilienza dell'organizzazione nel tempo.



Persone al centro

Le persone sono al centro dell'esistenza e della crescita di Green Media Lab, che si impegna a garantire un ambiente di lavoro in cui sussistano reciproca fiducia e rispetto, dove tutti si sentano partecipi delle attività e dei risultati conseguiti. La valorizzazione del talento e la crescita professionale e personale sono pertanto considerate un punto fondamentale a cui tendere costantemente. Per questo tema, grazie al questionario inviato agli stakeholders, sono stati individuati tre impatti rilevanti:

- **Benessere e work-life balance** // Evidenzia l'importanza di azioni volte a instaurare un clima positivo mettendolo nelle condizioni di dare il meglio di sé.
- **Diversità, equità e inclusione** // Si riferisce agli effetti prodotti da iniziative volte a garantire pari opportunità e valorizzare le differenze all'interno dell'ambiente di lavoro.
- **Sviluppo e formazione delle persone** // Si sottolinea la rilevanza strategica di adeguati piani di formazione, mirati a coltivare i talenti e a guidarli verso una crescita professionale.



Minimizzare l'impatto ambientale

Green Media Lab si impegna attivamente nella tutela dell'ambiente, promuovendo iniziative proprie e supportando realtà impegnate nella tutela del pianeta per sensibilizzare il pubblico sulle sfide ambientali. L'azienda si concentra su queste aree principali: la riduzione delle emissioni di gas serra e la gestione responsabile delle risorse, con l'aspirazione di raggiungere la carbon neutrality e promuovere pratiche sostenibili lungo tutta la catena del valore.

- ↘ **Gestione e riduzione degli impatti ambientali** // Il monitoraggio e la riduzione degli impatti ambientali si riferiscono al processo di valutazione e intervento sulle attività che generano effetti negativi sull'ambiente, con l'obiettivo di diminuire il loro impatto attraverso azioni concrete e misurabili.



Supporto alla comunità locale

Green Media Lab si impegna attivamente nella **promozione di progetti di promozione della comunità locale**, sostenendo iniziative in collaborazione con **associazioni** del terzo settore, **fondazioni** e **organizzazioni nonprofit** che condividono una visione allineata e sinergica con quella dell'azienda. Attraverso l'utilizzo dei propri canali e del proprio know-how, Green Media Lab contribuisce ad amplificare l'impatto positivo di queste realtà, favorendone lo **sviluppo** e la **visibilità**. Allo stesso tempo, promuove il **volontariato aziendale** con associazioni in linea con i **valori** e la **purpose aziendale** e predilige l'acquisto da **fornitori locali**.

- ↘ **Cittadinanza attiva** // Implica l'impegno delle persone nella propria comunità per migliorare il contesto sociale, economico e ambientale, promuovendo partecipazione, consapevolezza civica e crescita inclusiva.



Strategia ESG

GOVERNANCE

(SDG 8, 9, 12)

Aiutare clienti e partner a creare valore condiviso e ad affrontare le sfide del presente e del futuro attraverso strategie efficaci di comunicazione responsabile e di sviluppo sostenibile.



PEOPLE

(SDG 3, 5, 10)

Green Media Lab si impegna a promuovere una cultura aziendale solida e responsabile, che sia in grado di incanalare l'impegno delle persone verso l'innovazione e il lavoro di squadra.



Di seguito vengono presentati i risultati e la strategia ESG di breve e lungo periodo, in relazione agli Obiettivi di beneficio comune inseriti a statuto.



ENVIRONMENT

(SDG 7, 12, 13)

L'impresa si assume le proprie responsabilità sui temi ambientali e fa il possibile per ridurre gli impatti; inoltre, supporta i clienti nell'elaborazione di piani di sostenibilità



COMMUNITY

(SDG 17)

Supportare la comunità in cui opera attraverso iniziative di cittadinanza attiva; sviluppare connessioni multi-stakeholder per promuovere il dialogo, il confronto e l'impatto positivo.



Strategia ESG - Pillar 1



Governance

Finalità di beneficio comune

Green Media Lab promuove la diffusione di modelli di economia circolare e sostenibile, in particolare il modello della B Corp e la forma giuridica di Società Benefit, nelle imprese di diversi settori economici e nelle istituzioni.

Risultati al 2023

Supporto a 2 aziende nel percorso di certificazione B Corp.

8 eventi organizzati o ospitati su tematiche ESG presso gli uffici.

Risultati 2024

Inizio monitoraggio dei clienti "purpose driven".

Primo evento proprio carbon neutral.

Obiettivi 2025 - 2026

Acquisire come cliente almeno 2 fondazioni.

Almeno 2 eventi propri su tematiche ESG.

Obiettivi di lungo termine (al 2030)

Almeno **50%** clienti purpose driven.

Almeno 3 eventi propri su tematiche ESG.

Strategia ESG - Pillar 2



People

Finalità di beneficio comune

Green Media Lab pone particolare enfasi sul contribuire alla soddisfazione e al benessere delle persone che la compongono e a quelle con cui collabora, per attrarre e trattenere persone di talento. Questo obiettivo vuole essere raggiunto attraverso la partecipazione, lo sviluppo di nuove conoscenze e l'osservanza delle esigenze individuali, migliorando così le condizioni per trattenere persone di talento.

Risultati al 2023

4 incontri di formazione ESG destinati alla popolazione aziendale.

61% indice di soddisfazione del personale.

100% dei dipendenti coinvolti nel processo di performance review.

Risultati 2024

11,08 ore di formazione per dipendente su soft e hard skills e tematiche ESG.

68% indice di soddisfazione del personale.

Obiettivi 2025 - 2026

15 ore di formazione per dipendente su soft e hard skills e tematiche ESG.

5% di incremento dell'indice di soddisfazione del personale.

100% dei dipendenti coinvolti in un programma di MBO.

Obiettivi di lungo termine (al 2030)

20 ore di formazione per dipendente su soft e hard skills e tematiche ESG.

10% di incremento dell'indice di soddisfazione del personale.

Almeno un obiettivo ESG nell' MBO.

Strategia ESG - Pillar 3



Environment

Finalità di beneficio comune

Green Media Lab si impegna con le sue attività a prevenire danni sull'ambiente e a preservare la natura, utilizzando modelli idonei di valutazione, ottimizzando i processi delle attività più dannose, preferendo strumenti e materiali di consumo a basso impatto ambientale e perseguendo l'obiettivo di Carbon Neutrality.

Risultati al 2023

-77,0% riduzione delle emissioni scope 1 e 2 rispetto al 2021.

Adesione allo SME Climate Hub.

100% di energia elettrica garantita da fonti rinnovabili.

Risultati 2024

-77,5% riduzione delle emissioni scope 1 e 2 rispetto al 2021.

-44,5% rispetto al 2022 dello scope 3.

1° Policy di gestione ambientale.

Obiettivi 2025 - 2026

-80% riduzione delle emissioni Scope 1 e 2 rispetto al 2021.

-50% riduzione delle emissioni Scope 3 rispetto al 2022.

1° impianto fotovoltaico dell'ufficio.

Obiettivi di lungo termine (al 2030)

Net Zero

Strategia ESG - Pillar 4



Community

Finalità di beneficio comune

Green Media Lab promuove iniziative a favore della società civile, della comunità locale e del territorio di appartenenza.

Risultati al 2023

84 ore totali di volontariato aziendale.

>50% dei fornitori locali (nel raggio di 80Km dalla sede).

Risultati 2024

144 ore totali di volontariato aziendale.

Impegno formale di almeno 50% dei fornitori locali (nel raggio di 80Km dalla sede).

Obiettivi 2025 - 2026

Garantire **20** ore di volontariato annuali per dipendente.

1° assessment formale ai fornitori su tematiche ESG.

Obiettivi di lungo termine (al 2030)

100% di volontari sul totale lavoratori.

1° piano di miglioramento dei fornitori.

Generare valore condiviso

- Il ruolo del più alto organo di governo
- Evoluzione della buona governance
- Consolidamento delle policy ESG
- Il valore economico generato e distribuito

Generare valore condiviso

La governance di Green Media Lab si fonda su un **insieme strutturato di organi, regole e processi** che orientano l'azienda verso una gestione efficace, trasparente e orientata al lungo termine. Questo assetto garantisce non solo l'efficienza operativa, ma anche la costruzione di relazioni solide e durature con tutti gli stakeholder, basate su **fiducia e responsabilità**. Il nostro modello di governo integra la creazione di valore economico con l'impegno verso obiettivi di impatto sociale e ambientale, come stabilito nello statuto aziendale. Questo approccio è pienamente coerente con l'identità dell'azienda, che, in linea con quanto già approfondito nei capitoli precedenti, integra formalmente nella propria strategia obiettivi di impatto positivo su persone, ambiente e comunità.

Dal 2020, l'ingresso di **Giovanni Storti** come **socio e presidente** ha rappresentato un momento significativo nella storia della nostra governance. Il suo impegno personale nei confronti dell'ambiente e della società ha rafforzato la nostra visione valoriale, contribuendo a diffondere un approccio più consapevole e rigenerativo al fare impresa. A conferma di questo impegno, è stato realizzato un intervento simbolico ma concreto: **la Fabbrica dell'Aria®**, un'installazione progettata da **Stefano Mancuso** e **PNAT srl**, capace di **migliorare la qualità dell'aria negli ambienti interni** attraverso il **potere depurativo delle piante**.



Il ruolo del più alto organo di governo

Da aprile 2024, Green Media Lab ha istituito il proprio **Consiglio di Amministrazione (CdA)**, segnando un passaggio strategico nella direzione di una **governance sempre più strutturata, trasparente e orientata al lungo termine**. Il board è composto da **cinque membri** (tra cui una donna) che portano con sé competenze eterogenee e complementari, capaci di guidare l'azienda verso un modello di business sempre più responsabile e integrato.

L'istituzione del CdA rappresenta un'opportunità per rafforzare il coordinamento tra le diverse aree aziendali, migliorare la gestione dei rischi e **promuovere una visione strategica condivisa**, con particolare attenzione agli obiettivi di sostenibilità.

Nel corso dell'ultima assemblea è stato riaffermato l'impegno della società in un monitoraggio costante della propria strategia di sostenibilità, che rappresenta una delle responsabilità fondamentali del Consiglio di Amministrazione. In questa occasione, i membri del CdA hanno aggiornato i **macro-obiettivi e i KPI della strategia ESG 2025**, in un processo che continuerà a essere regolarmente svolto per assicurare l'allineamento delle azioni aziendali con gli **standard etici, sociali e ambientali** più elevati.



Denegri Daniele



Maggiani Andrea



Manucci Filippo



Pachner Jan Hans Georg



Tonini Veronica

Evoluzione della buona governance

Nel corso del 2023 e 2024, Green Media Lab ha sviluppato e consolidato una serie di strumenti fondamentali per rafforzare la propria governance e promuovere una cultura aziendale sempre più responsabile, inclusiva e trasparente. Nel 2023 è stato istituito il **Comitato guida di Parità di Genere**, in linea con i requisiti della prassi **UNI/PdR 125:2022**, con il compito di guidare l'adozione di politiche volte a promuovere la parità di genere, l'inclusione e la valorizzazione delle diversità. Questo Comitato ha rappresentato un primo passo fondamentale nella definizione di un sistema strutturato per la gestione delle tematiche sociali, in particolare quelle legate all'equità e all'inclusività nei luoghi di lavoro.

Nel giugno 2024, in un'ottica di evoluzione e rafforzamento dell'approccio alla responsabilità in azienda, il Comitato è stato riorganizzato e ampliato, assumendo la nuova denominazione di **Comitato Guida sulla Sostenibilità**. Oltre a mantenere il presidio sulle tematiche sociali e di genere, ha esteso il proprio campo d'azione anche alle dimensioni **ambientali** e di **governance**, integrando così pienamente i criteri ESG nella strategia aziendale. Il Comitato opera oggi a livello di gruppo, includendo anche **Magnet** e la **sede in Spagna**, con l'obiettivo di garantire coerenza e coordinamento tra tutte le società del network.

Tra i compiti del Comitato rientrano la **definizione di policy e piani strategici**, il **monitoraggio dei KPI ESG**, la **valutazione degli impatti delle attività aziendali** e la promozione di un **miglioramento continuo**. Si occupa inoltre di prevenire pratiche discriminatorie, garantire equità nei sistemi di welfare e retribuzione, e favorire una cultura organizzativa consapevole e inclusiva, attraverso momenti formativi e iniziative di sensibilizzazione. L'attività del Comitato è svolta in **stretta collaborazione con il Consiglio di Amministrazione**, che ne supporta le proposte strategiche e garantisce l'allineamento tra la governance complessiva e gli obiettivi di sostenibilità dell'azienda.

Consolidamento delle policy ESG

Uno degli obiettivi centrali del lavoro svolto è stata la **progettazione e implementazione di un Sistema di Gestione conforme alla UNI/PdR 125:2022**, la prassi di riferimento che definisce criteri e indicatori per misurare, monitorare e migliorare le performance aziendali in tema di parità di genere. Questo sistema ha consentito di strutturare in maniera sistemica le politiche di equità e inclusione, portando al **conseguimento della certificazione a ottobre 2024**. Un approfondimento dedicato sarà presentato nel capitolo People. Nel contesto di un impegno crescente verso la trasparenza e l'etica, è stata inoltre definita e adottata per la prima volta la **policy di whistleblowing**. Questa politica consente ai dipendenti e collaboratori di segnalare, in modo **sicuro e anonimo**, comportamenti scorretti, illeciti o contrari ai valori dell'organizzazione, attraverso una piattaforma dedicata. L'introduzione di questo strumento rappresenta un passo rilevante per tutelare l'integrità aziendale e promuovere un ambiente di lavoro basato sulla fiducia reciproca.

Oltre alle policy implementate per l'ottenimento della certificazione UNI/PdR 125, l'azienda ha intrapreso un'azione di **revisione e aggiornamento delle politiche interne** in vista della **ricertificazione B Corp** prevista per fine 2025. Avere **policy aziendali** chiare, aggiornate e coerenti significa dotarsi di una base solida per orientare le scelte strategiche, facilitare comportamenti virtuosi e garantire un impatto positivo nel tempo. Le policy sono infatti uno strumento fondamentale per tradurre i valori dell'impresa in azioni misurabili, replicabili e condivise, promuovendo una cultura aziendale basata su trasparenza, rispetto e sostenibilità.

In questo contesto, è stata inoltre formalizzata una **dichiarazione di impegno all'approvvigionamento da fornitori locali**, con l'obiettivo di destinare almeno il **50% delle spese d'acquisto a realtà indipendenti** entro un raggio di **80 km**, in linea con i principi di sostenibilità ambientale e **supporto all'economia locale**.

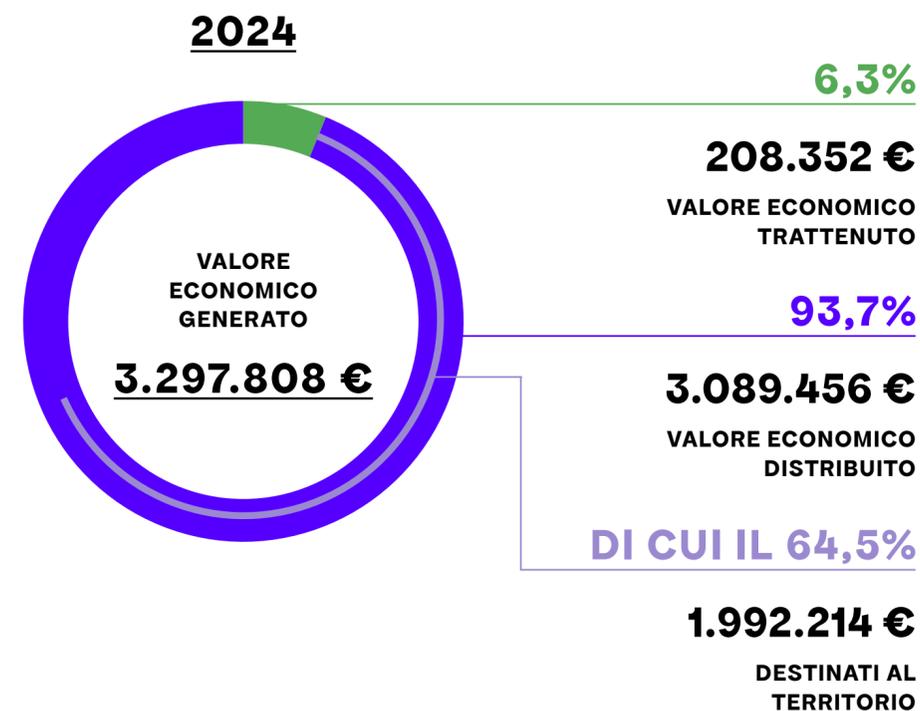
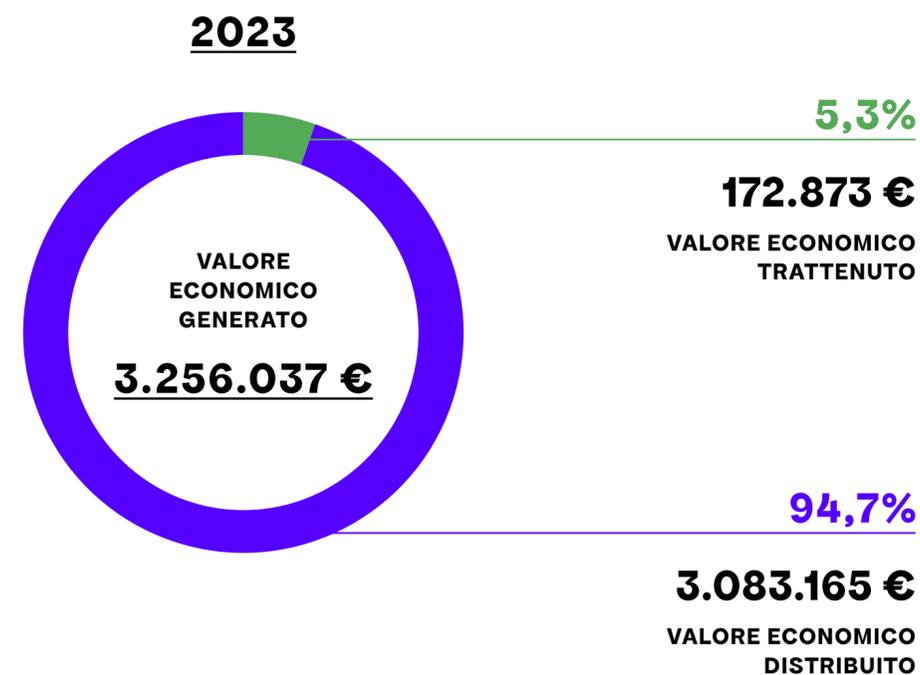
23 POLITICHE ESG



Il valore economico generato e distribuito

Nel 2024 il 64,5% del valore economico distribuito, pari a **1.992.214 €**, è stato destinato al territorio nel modo seguente:

- 1.154.326€ ai dipendenti.
- 819.188€ a fornitori locali.
- 18.700 € alla comunità.



Valore economico generato	3.256.037 €
Ricavi	3.234.594 €
Valore economico distribuito	3.083.165 €
Altri costi operativi	1.736.633 €
Spese da fornitori locali	N/A
Salari e benefit dei dipendenti	1.181.367 €
Affitti e locazioni	149.658 €
Pagamenti a fornitori di capitale	7.327 €
Pagamenti alla Pubblica Amm.ne	0 €
Investimenti nella comunità*	8.180 €
Valore economico trattenuto	172.873 €

Valore economico generato	3.297.808 €
Ricavi	3.293.832 €
Valore economico distribuito	3.089.456 €
Altri costi operativi	937.300 €
Spese da fornitori locali	819.188 €
Salari e benefit dei dipendenti	1.154.326 €
Affitti e locazioni	151.360 €
Pagamenti a fornitori di capitale	8.582 €
Pagamenti alla Pubblica Amm.ne	0 €
Investimenti nella comunità*	18.700 €
Valore economico trattenuto	208.352 €

Tabella 3.3: Sono stati presi in considerazione i dati di Green Media Lab Italia e Spagna.

Persone al centro

- Composizione del personale
- Benessere dei dipendenti
- Modello di remunerazione e bonus
- Sviluppo professionale e cultura della sostenibilità
- Diversity & Inclusion



Persone al centro

Le persone rappresentano l'asset più importante per Green Media Lab.

Ognuno può fare la differenza.

Da sempre l'azienda si impegna per garantire un **ambiente lavorativo dinamico, produttivo e coinvolgente**, valorizzando competenze e professionalità, offrendo **pari opportunità di lavoro** a tutti, senza distinzioni. L'obiettivo perseguito è quello di favorire un **equilibrio** tra lavoro e vita privata, attraverso sistemi di retribuzione adeguati, benefit e orari flessibili, oltre a sostenere lo sviluppo delle persone, facendo in modo che tutti i dipendenti vengano adeguatamente formati e valorizzati, affinché possano **crescere insieme all'azienda**.



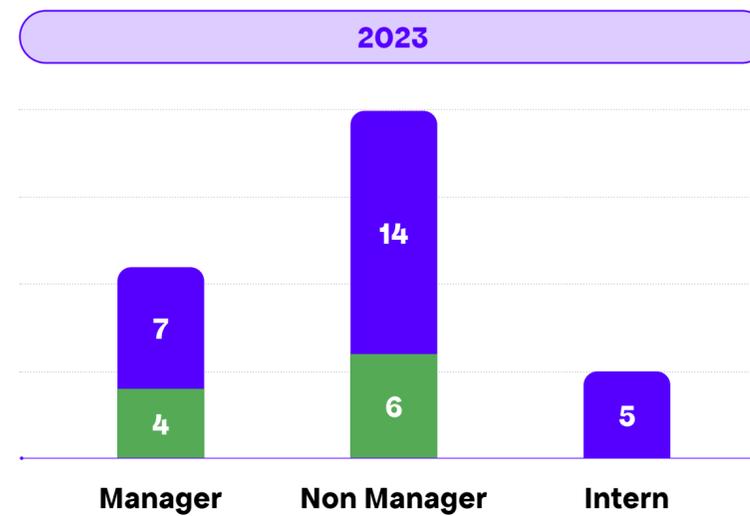
Composizione del personale

Nel biennio 2023–2024, Green Media Lab ha consolidato la propria identità come realtà dinamica, giovane e inclusiva, capace di attrarre e valorizzare nuovi talenti in un contesto lavorativo stimolante e attento alle persone.

In entrambi gli anni, la **fascia d'età 18–29** ha rappresentato la maggioranza dei dipendenti: il **57% nel 2023** e il **52% nel 2024**. Un dato che riflette l'impegno dell'azienda nel creare spazi di crescita per le nuove generazioni, investendo su competenze in evoluzione e favorendo una cultura aziendale aperta al cambiamento e all'innovazione.

Altro elemento distintivo del team è la **prevalenza femminile**. Le donne hanno costituito il **75% della forza lavoro nel 2023** e il **77% nel 2024**, risultando maggioritarie sia nei ruoli manageriali che operativi, in tutte le sedi, pari al **70% nel 2023** e al **67% nel 2024**, a conferma dell'impegno dell'azienda nella valorizzazione della leadership femminile.

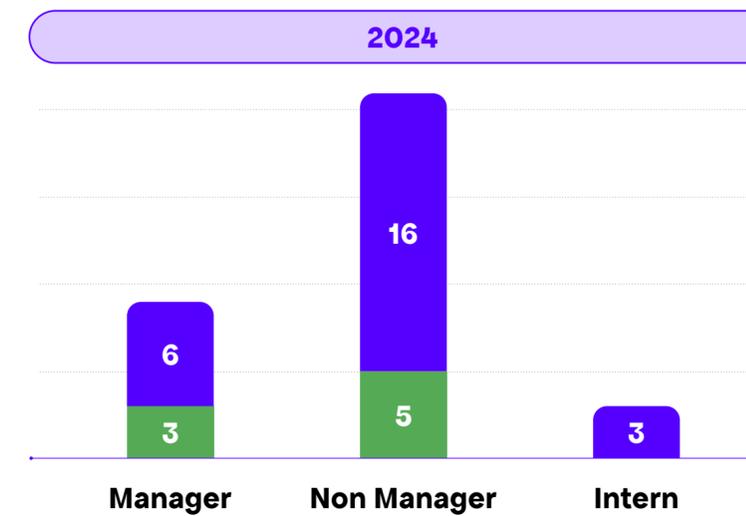
La composizione del team, stabile nel numero complessivo di dipendenti (**36 nel 2023**, **33 nel 2024**), racconta un'organizzazione che cresce in modo sostenibile, mettendo al centro l'inclusione, il rispetto delle individualità e la valorizzazione delle competenze, a ogni livello e in ogni fase del percorso professionale.



70% manager donne

Tipo di contratto	Italia	Spagna
Indeterminato	31	2
Determinato	1	2
Totale	32	4

Tabella 4.4



67% manager donne

Tipo di contratto	Italia	Spagna
Indeterminato	27	2
Determinato	2	2
Totale	29	4

Tabella 4.5

Benessere dei dipendenti

Gli ampi spazi della sede, con la disposizione libera delle scrivanie, favoriscono le interazioni tra membri di dipartimenti diversi, anche al di fuori dell'orario lavorativo. La cucina comune e la terrazza offrono momenti di svago, mentre gli spazi interni, arredati con cura e arricchiti da piante e dalla **Fabbrica dell'aria**¹, supportano il benessere psicologico delle persone e la creatività grazie al design biofilico, un approccio progettuale che mira a riconnettere l'uomo con la natura all'interno degli ambienti costruiti.

Nel corso del 2023-2024, Green Media Lab ha mantenuto il proprio impegno nella creazione di un ambiente di lavoro sano, flessibile e stimolante, continuando a porre al centro il benessere delle persone. La convinzione che il successo aziendale passi anche attraverso la qualità della vita lavorativa ha guidato l'implementazione di politiche orientate all'equilibrio tra sfera professionale e personale, alla crescita delle competenze e al rafforzamento del senso di appartenenza.

L'obiettivo è quello di costruire una cultura organizzativa capace di ascoltare e valorizzare le esigenze individuali, favorendo il benessere psicofisico e la motivazione quotidiana. In quest'ottica, sono state attivate numerose iniziative che coniugano flessibilità, cura dell'ambiente lavorativo e attenzione allo stile di vita.

¹ Approfondimento nel capitolo 5 - Environment.

Orario flessibile e modalità di telelavoro: si lascia ai dipendenti un certo grado di flessibilità sugli orari di ingresso e uscita dall'ufficio, tenendo in considerazione esigenze individuali specifiche, come ad esempio il personale che vive lontano dalla sede o i neo-genitori. Questo approccio favorisce un migliore work-life balance e consente di conciliare maggiormente le esigenze personali e quelle lavorative. È inoltre garantito un giorno di telelavoro a settimana per tutti.

Ufficio pet-friendly: i collaboratori possono portare con sé i propri animali domestici, contribuendo così a creare un ambiente più rilassato e accogliente, con effetti positivi sulla riduzione dello stress e sul benessere generale.

Foorban Fridge: un frigorifero smart situato nell'area break offre pasti unici, salutari e gustosi, snack healthy e bevande, acquistabili a un prezzo scontato, per promuovere abitudini alimentari equilibrate durante la giornata lavorativa.



Parcheggio bici e ricarica e-bike: a disposizione dei dipendenti uno spazio dedicato al parcheggio delle biciclette e alla ricarica delle e-bike, per incentivare l'uso di mezzi di trasporto sostenibili, in linea con i valori ambientali che guidano l'azienda. Green Media Lab mette inoltre a disposizione biciclette aziendali per gli spostamenti brevi.

Lezioni di yoga: ogni lunedì, al termine della giornata lavorativa, viene offerta una sessione di yoga gratuita, pensata per incentivare il movimento e il rilassamento. I corsi si tengono all'interno degli spazi aziendali: in inverno davanti alla "fabbrica dell'aria", mentre in primavera ed estate sulla terrazza esterna.

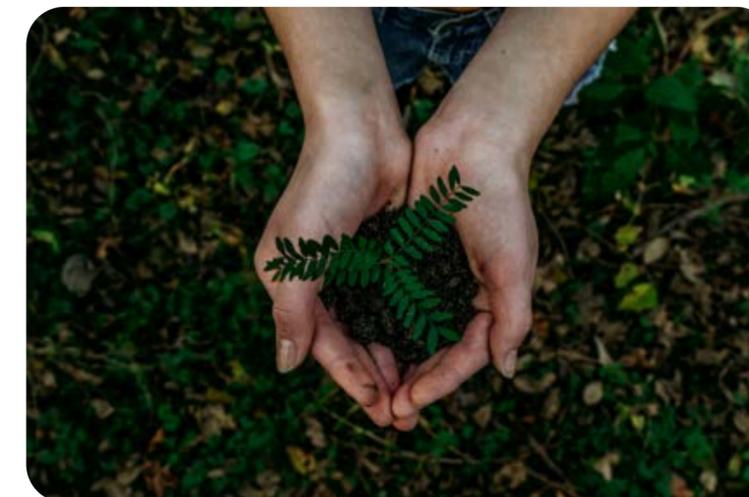
Modello di remunerazione e bonus

Green Media Lab effettua un monitoraggio costante delle retribuzioni in base al genere, al ruolo e all'anzianità aziendale, tramite analisi periodiche. I dati 2023 e 2024 evidenziano un **gender pay gap estremamente contenuto**, in particolare nelle **posizioni manageriali**, dove la differenza retributiva risulta **quasi nulla** (1,45% nel 2024, in lieve calo rispetto all'1,76% del 2023). **Nel 2023, lo stipendio base medio per le donne manager è risultato superiore a quello degli uomini**. Per le figure non manageriali, si registra una leggera oscillazione del dato: un divario del **6,83% nel 2023** a sfavore delle donne, che però **si è invertito nel 2024**, con un differenziale del -3,2%, **a favore del genere femminile**.

Oltre a garantire il riconoscimento di uno stipendio base, l'azienda incentiva tutti i suoi dipendenti a intraprendere percorsi di crescita, riconoscendo il loro operato e premiando i percorsi più virtuosi anche attraverso l'erogazione di **bonus**, laddove il risultato economico dell'azienda lo permetta.

Gender Pay Gap 2023	Manager	1,76%
	Non Manager	6,83%
Gender Pay Gap 2024	Manager	1,45%
	Non manager	-3,2%

Tabella 4.6: Formula indicata da Eurostat: (stipendio uomo - stipendio donna) / stipendio uomo x 100.



Sviluppo professionale e cultura della sostenibilità

Green Media Lab investe da sempre nel proprio **capitale umano**, con l'obiettivo di promuovere una crescita economica inclusiva e sostenibile, rafforzando le **competenze trasversali** e **specialistiche** del proprio team. A partire dal 2022 è stato avviato un vero e proprio **piano formativo strutturato**, che si è consolidato nel triennio 2022–2024 con percorsi pensati per rispondere ai bisogni formativi comuni e alle esigenze specifiche di ciascuna unità organizzativa.

Nel 2024 il piano ha previsto **543 ore totali di formazione**, in crescita rispetto alle 441 ore erogate nel 2023, a testimonianza dell'impegno crescente dell'azienda in quest'area. **Ogni dipendente ha dedicato in media 11 ore alla formazione nel 2024** (in aumento rispetto alle 8 del 2023), con una media di 12 ore per le donne e 10 per gli uomini. La formazione è stata estesa anche agli **stagisti** e ai **collaboratori non dipendenti**, con l'obiettivo di coinvolgere l'intero ecosistema lavorativo.

Uno degli elementi centrali del piano è stata l'offerta di **corsi su tematiche ESG**, progettati e gestiti internamente dal team ESG di Green Media Lab. Questi corsi riflettono la volontà dell'azienda di integrare la sostenibilità non solo nella strategia, ma anche nella cultura quotidiana.

CORSI EROGATI NEL 2023:

Greenwashing: corso utile per identificare e contrastare pratiche scorrette di comunicazione ambientale.

Bilancio di Sostenibilità: utile per comprendere struttura, obiettivi e impatti di questo importante strumento di rendicontazione.

Certificazioni B Corp e Società Benefit: un focus sul modello di impresa rigenerativa e l'integrazione del valore sociale e ambientale nel business.

Diversità e inclusione: un corso sul linguaggio inclusivo volto a promuovere un ambiente di lavoro più equo e rispettoso.

Workshop People: momenti partecipativi dedicati alla cultura aziendale, alla condivisione di valori e alla costruzione di una visione comune.

CORSI EROGATI NEL 2024:

Parità di genere e politiche interne: sviluppato in sinergia con l'area Risorse Umane, focalizzato sulla promozione della cultura della parità e sull'intenzione dell'azienda di intraprendere il percorso per l'ottenimento della certificazione UNI PdR 125/2022.

Digital Ecosystem: corso utile per approfondire le competenze legate agli strumenti digitali.

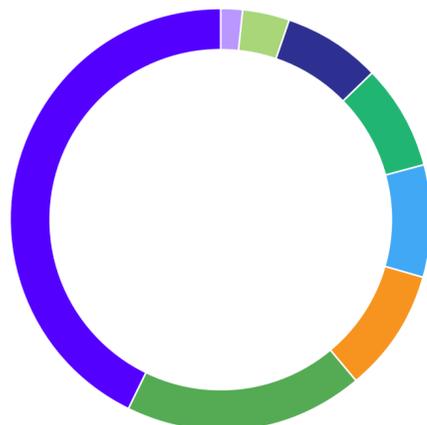
Content Creation e Influencer Marketing: per aggiornare le competenze creative e strategiche dei team.

Cosa vuole un giornalista/media: un focus sulla responsabilità e l'etica della comunicazione.

Sicurezza sul lavoro: garantita attraverso corsi obbligatori somministrati da professionisti esterni, con aggiornamenti costanti per tutti i dipendenti.

Infine, tra le soft skill maggiormente potenziate nel biennio, si segnalano i percorsi di **public speaking**, pensati per migliorare le capacità comunicative, e i momenti formativi dedicati alla **gestione del team** e allo sviluppo della leadership.

Green Media Lab continua a considerare la **formazione uno strumento chiave** per alimentare la crescita individuale, rafforzare la cultura della sostenibilità e preparare il team ad affrontare con competenza e consapevolezza le sfide del cambiamento.



Totale ore di formazione nel 2023			
Ruolo	Uomo	Donna	Totale
Manager	32	93	125
Non Manager	41	233	274
Stage	6	36	42
Totale	79	403	441

Totale ore di formazione nel 2024			
Ruolo	Uomo	Donna	Totale
Manager	12	34	46
Non Manager	94	271	365
Stage	-	132	132
Totale	106	437	543

Tabella 4.7: Formazione dei dipendenti. *Nota: Le ore di formazione sono state erogate anche ai lavoratori non dipendenti.

Inoltre, ogni anno, in Green Media Lab, viene effettuata una **valutazione periodica delle performance** dell'intera popolazione aziendale, un processo fondamentale per monitorare e migliorare il rendimento individuale e collettivo. Questo momento di valutazione permette di **analizzare i risultati raggiunti**, identificare le **aree di miglioramento** e individuare **opportunità di crescita professionale** per ciascun dipendente.



Diversity, Equity & Inclusion

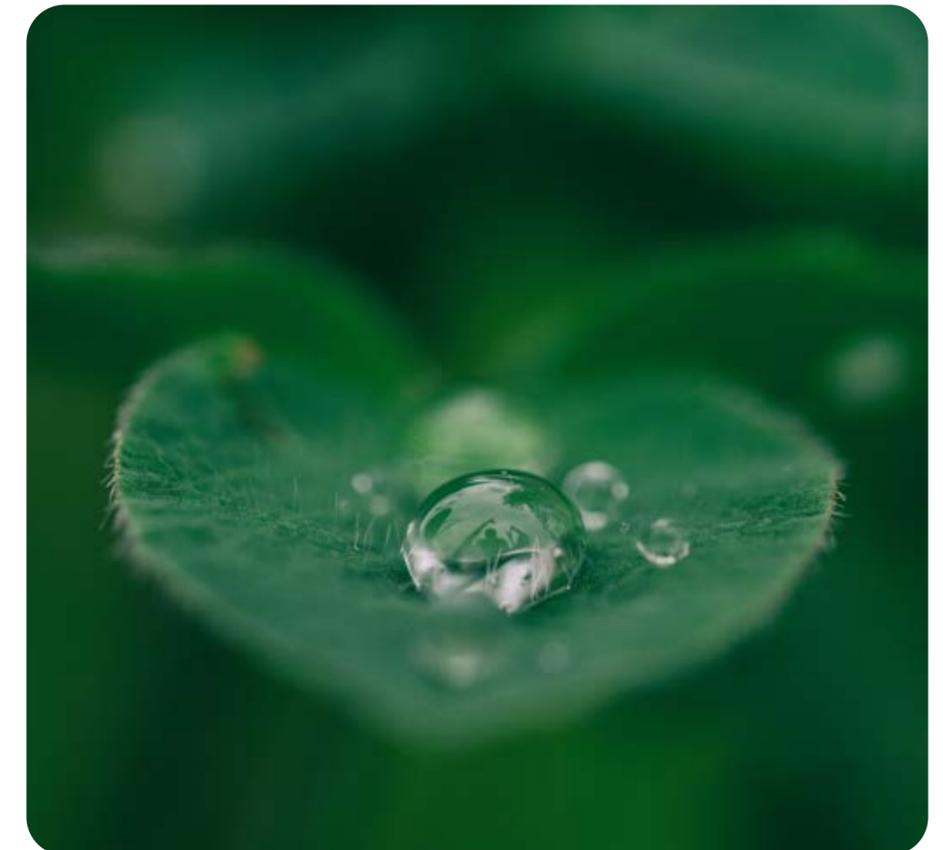
Green Media Lab ha sempre considerato la **parità di genere** un elemento fondamentale del proprio DNA, non solo come scelta etica, ma anche come parte integrante della sua visione aziendale. Il percorso inizia formalmente nel 2022, con la partecipazione al programma “**Target Gender Equality**” promosso da UNGC, che ha rappresentato la base per sviluppare un piano strutturato volto a favorire l'equità di genere all'interno dell'ambito lavorativo.

Nel 2024, abbiamo raggiunto un traguardo importante con l'ottenimento della certificazione **UNI/PdR 125**, che riconosce il nostro impegno nel promuovere la parità di genere e l'inclusività all'interno dell'azienda. Questo certificato attesta il nostro sforzo a creare un ambiente di lavoro equo e rispettoso, libero da discriminazioni di genere. La certificazione **UNI/PdR 125** è uno standard che guida le aziende nell'adozione di politiche di parità di genere, promuovendo pratiche e strategie che favoriscono la diversità e l'inclusione. Implica una valutazione accurata delle politiche aziendali, tra cui la gestione delle carriere, la parità salariale, il supporto a maternità e paternità e la lotta contro la discriminazione. L'ottenimento della certificazione richiede inoltre un monitoraggio continuo delle politiche adottate, con aggiornamenti periodici per garantire il mantenimento degli standard di inclusività nel tempo.

Il nostro percorso viene monitorato dal **Comitato Guida sulla Sostenibilità**, che si occupa anche di definire e supervisionare gli obiettivi e le politiche legate alla **D&I**. Il Comitato ha il compito di stabilire le linee strategiche, monitorare i progressi e adottare tempestivamente azioni correttive per garantire che le politiche siano realmente efficaci. La nostra strategia² è orientata al miglioramento continuo, con l'utilizzo di KPI specifici per monitorare i risultati e individuare le aree che necessitano di interventi. In questo modo, Green Media Lab si impegna non solo a garantire pari opportunità, ma anche a creare un ambiente di lavoro che favorisca l'inclusione e promuova il rispetto reciproco tra tutti i dipendenti, senza distinzione di genere.

Punteggio KPI: 90,1%

² In appendice a questo documento è presente una tabella contenente il piano strategico di breve, medio e lungo termine riguardante la UNI PdR/125 (Tabella 4.6)



Minimizzare l'impatto ambientale

- Il nostro impatto ambientale: uso delle risorse
- Efficienza energetica e Decarbonizzazione
- Obiettivi e Azione
- Motore di responsabilità condivisa
- I nostri spazi

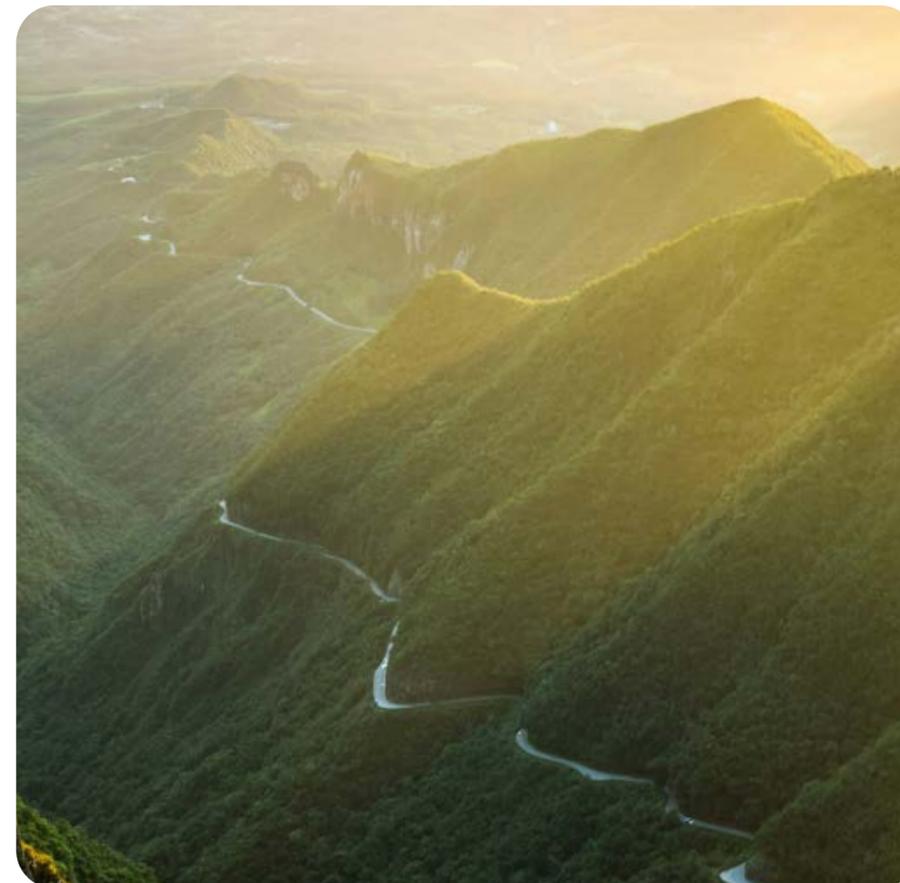
Minimizzare l'impatto ambientale



In Green Media Lab crediamo che il rispetto e la tutela dell'ambiente siano responsabilità imprescindibili di ogni impresa che guarda al futuro. Il nostro impegno si traduce in un'azione concreta volta a ridurre l'impatto ambientale delle nostre attività e a intraprendere un percorso di decarbonizzazione consapevole. Con trasparenza e determinazione, lavoriamo per integrare la responsabilità ambientale in ogni aspetto della nostra crescita.

Il nostro impatto ambientale: uso delle risorse

Ci impegniamo a **migliorare la gestione dei propri uffici e spazi**, adottando soluzioni per ridurre l'impatto ambientale e **ottimizzare l'uso delle risorse**. In linea con i principi di responsabilità sociale e ambientale, abbiamo implementato misure per un utilizzo più efficiente e responsabile **dell'energia, dell'acqua e dei materiali**.



Gestione dei rifiuti negli uffici

Green Media Lab adotta un approccio attento e responsabile nella gestione dei rifiuti prodotti all'interno dei propri uffici, seguendo le linee guida del Comune di Milano con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale delle proprie attività. A tal fine, sono stati installati appositi contenitori per la **raccolta differenziata**, posizionati in un'unica area ecologica centralizzata, così da facilitare il corretto smaltimento dei rifiuti assimilabili agli urbani.

Per scoraggiare comportamenti errati e promuovere pratiche sostenibili, l'azienda ha eliminato i cestini individuali presso le singole postazioni di lavoro, incentivando il conferimento dei rifiuti negli appositi punti di raccolta comuni. Ogni postazione di raccolta è dotata di una guida visiva chiara, che indica, attraverso immagini e descrizioni intuitive, dove smaltire correttamente ogni tipologia di materiale.

Inoltre, negli spazi comuni, come la cucina aziendale, sono state introdotte misure volte alla sostenibilità, tra cui la **progressiva eliminazione dei prodotti monouso**. Articoli come bicchieri di carta e palette per il caffè sono stati quasi del tutto sostituiti con stoviglie lavabili, messe a disposizione di tutti i dipendenti. A seguire è riportata la tabella con il monitoraggio annuale dei rifiuti del gruppo.

Rifiuti	2023	2024
Pericolosi	-	-
Non pericolosi	9.267 KG	7.100 KG
Totale prodotto	9.267 KG	7.100 KG

Tabella 5.9: Rifiuti prodotti.

Acqua

Pur operando in un settore a basso impatto idrico, Green Media Lab è consapevole del valore prezioso dell'acqua e dell'importanza di gestirla in modo responsabile. Anche se i nostri consumi risultano contenuti rispetto ad altri comparti produttivi, riteniamo fondamentale monitorarli con attenzione e trasparenza, per individuare margini di miglioramento e ridurre ogni forma di spreco.

Nel 2024, il **prelievo complessivo è stato pari a 235 m³**, registrando una **lieve diminuzione rispetto ai 245 m³ del 2023**. Tale riduzione è principalmente attribuibile a una gestione più efficiente delle risorse, nonostante l'intensificazione dell'uso degli spazi aziendali.

Green Media Lab continuerà a investire in soluzioni e buone pratiche orientate all'efficienza, con l'obiettivo di valorizzare ogni risorsa, anche quelle il cui impatto appare, in termini assoluti, limitato. In questa direzione, la gestione idrica rimane parte integrante del nostro percorso di miglioramento ambientale continuo.

Per promuovere un utilizzo più consapevole e responsabile dell'acqua, all'interno degli uffici sono state installate **colonnine di acqua potabile**, che **incentivano l'uso di borracce riutilizzabili** al posto delle bottiglie in plastica monouso. Questa scelta, oltre a ridurre gli sprechi, contribuisce concretamente alla diminuzione dei rifiuti e alla diffusione di pratiche quotidiane più responsabili da parte di tutte le persone che si trovano in azienda.

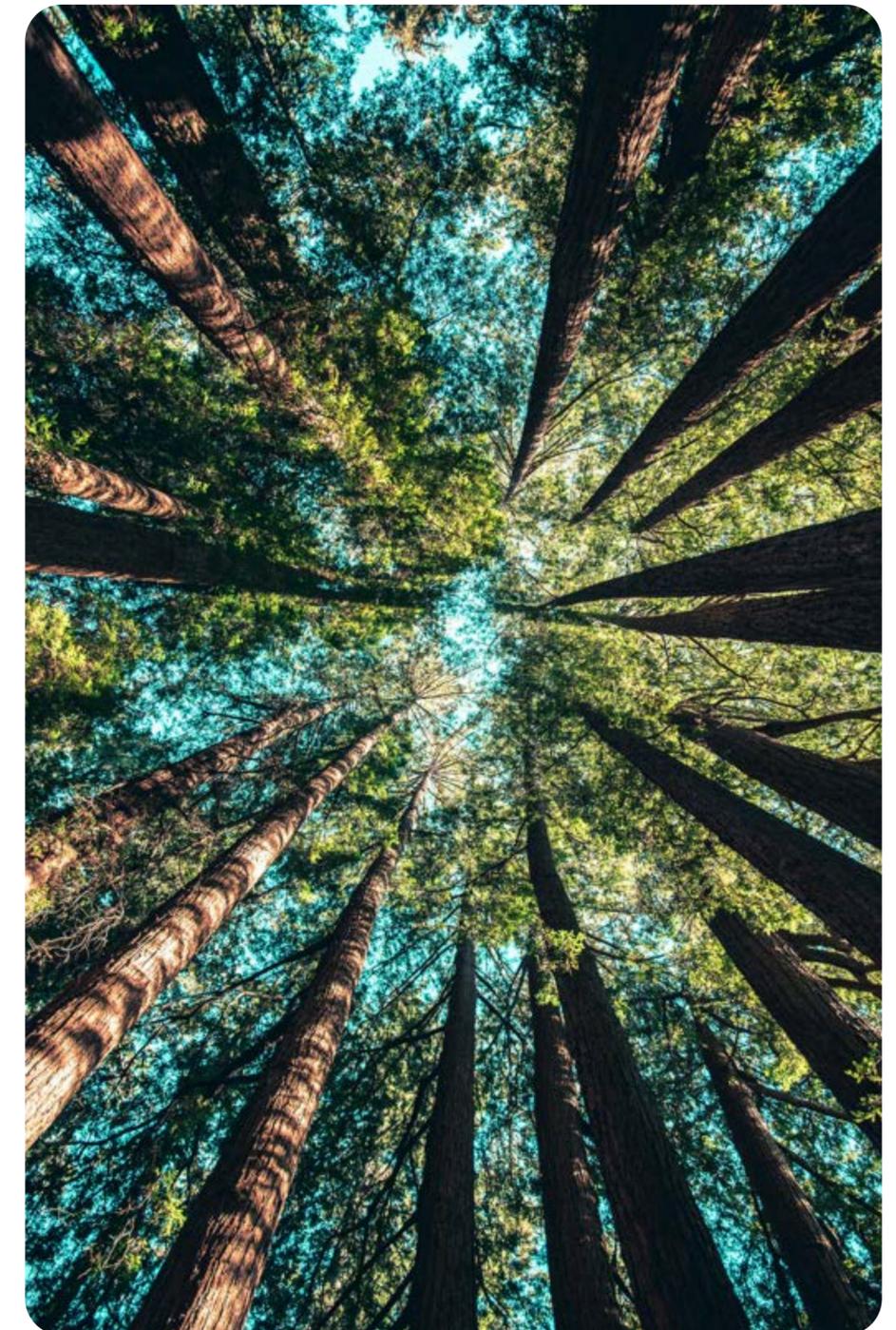
Sede	Prelievi 2023	Prelievi 2024
GML Italia	214 m ³	231 m ³
GML Spagna	21,4 m ³	13,23 m ³
Totale	235 m³	245 m³

Tabella 5.10: Prelievo idrico.

Efficienza energetica e decarbonizzazione

Efficienza energetica

Nel corso degli anni, Green Media Lab ha intensificato il proprio impegno verso una gestione energetica responsabile, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale delle proprie attività e contribuire alla transizione ecologica. Tutte le sedi del gruppo, comprese Green Media Lab Italia e Spagna, sono oggi alimentate esclusivamente da energia elettrica proveniente da **fonti rinnovabili**, interamente coperti da **Garanzie di Origine (GO)**. A questo si affianca l'installazione di un **impianto fotovoltaico da 44 kWh sul tetto della sede operativa**, il cui contributo consente di utilizzare in tempo reale l'energia prodotta e di ridurre ulteriormente la dipendenza dalla rete elettrica nazionale. Parallelamente, sono state adottate numerose misure per migliorare l'efficienza complessiva degli spazi aziendali: dal sistema automatico di stand-by per le apparecchiature elettroniche, all'utilizzo di termostati programmabili e timer per la climatizzazione, fino all'adozione di soluzioni per l'illuminazione a basso consumo, come lampade LED e sensori di presenza. Le pareti schermate, i vetri doppi e l'ottimizzazione dell'illuminazione naturale completano l'approccio integrato volto a ridurre i consumi energetici. Nel 2024, il monitoraggio dei consumi è stato esteso anche alla flotta aziendale, composta da un **veicolo plug-in hybrid** che ha percorso complessivamente 30.000 km. Il consumo relativo è stato incluso nella rendicontazione complessiva dell'energia, considerando sia la componente elettrica che quella a benzina.



Consumo energetico 2023	Rinnovabile	Non rinnovabile	Totale
Electricità	36,82 MWh	-	36,82 MWh
Carburanti	-	46,75 MWh	46,75 MWh*
Totale	36,82 MWh	46,75 MWh	83,57 MWh

Tabella 5.11: Consumo energetico 2023.

* Nel 2023 non è stato monitorato il consumo di carburante della flotta aziendale.

Consumo energetico 2024	Rinnovabile	Non rinnovabile	Totale
Electricità	47,56 MWh	-	47,56 MWh
Carburanti*	6,00 MWh	5,68 MWh	11,68 MWh
Totale	53,56 MWh	5,68 MWh	59,24 MWh

Tabella 5.12: Consumo energetico 2024.

*I dati relativi alla flotta aziendale sono stati calcolati considerando per la componente elettrica un consumo medio di 0,2 kWh/km e per la componente a benzina un consumo stimato a partire dalle emissioni dirette (2,808 kg CO₂e), convertite in litri con un fattore di emissione pari a 2,31 kg CO₂/l e moltiplicate per il contenuto energetico medio della benzina (4,67 kWh/l).

Fonte: UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, Department for Energy Security and Net Zero (DESNZ), 2023.

Riduzione delle emissioni di CO₂

In linea con l'Accordo di Parigi e con l'obiettivo di contribuire attivamente al contrasto della crisi climatica, Green Media Lab ha definito un **piano di riduzione delle emissioni ambizioso, che punta a dimezzare l'impronta carbonica entro il 2030** e a raggiungere la **carbon neutrality entro il 2050**. Questo impegno è stato formalizzato attraverso la trasformazione in Società Benefit e l'adesione all'iniziativa delle B Corp per la neutralità carbonica. Il processo di misurazione delle emissioni, articolato secondo il GHG Protocol nei tre Scope, ha evidenziato una progressiva decarbonizzazione delle attività aziendali. Tra il 2023 e il 2024, le emissioni totali (Scope 1, 2 e 3) sono passate da 131,73 tCO₂e a 109,77 tCO₂e, con una riduzione complessiva pari al 16,7%. Le emissioni dirette (Scope 1), legate principalmente al consumo di gas naturale e, a partire dal 2024, all'introduzione della flotta aziendale ibrida plug-in, si sono mantenute pressoché stabili, passando da 11,27 tCO₂e a 11,12 tCO₂e. Le emissioni indirette da consumo di energia elettrica (Scope 2), risultano pari a 8,46 tCO₂e nel 2023 e 13,68 tCO₂e nel 2024. Sebbene l'azienda utilizzi esclusivamente energia da fonti rinnovabili con Garanzie di Origine, l'approccio location-based considera il mix medio nazionale, evidenziando un im-

pronta residua legata al contesto energetico di riferimento. Infine, le emissioni indirette lungo la catena del valore (Scope 3), che includono categorie come beni e servizi acquistati, trasferite di lavoro, asset in affitto e spostamenti casa-lavoro, ammontano a 112 tCO₂e nel 2023 e 84,97 tCO₂e nel 2024, registrando una riduzione del 24,1%. Questa variazione riflette sia un miglioramento gestionale che un affinamento del perimetro di analisi. A livello operativo, Green Media Lab ha introdotto pratiche a basso impatto in ogni fase del proprio lavoro: l'uso di materiali riciclabili per gli imballaggi, la preferenza per mezzi di trasporto a basso impatto, l'acquisto di prodotti durevoli e la progettazione di eventi plastic-free e a basso impatto alimentare, contribuiscono quotidianamente alla riduzione delle emissioni. Questo approccio sistemico e progressivo rappresenta una tappa fondamentale nel percorso verso un futuro a emissioni nette, in cui la responsabilità ambientale è pienamente integrata nel modello di business.

Emissioni di CO ₂ (tCO ₂ eq)	2023	2024
Scope 1	11,27 tCO ₂	11,12 tCO ₂
Scope 2	8,46 tCO ₂	13,68 tCO ₂
Scope 3	112,00 tCO ₂	84,97 tCO ₂
Totale (1+2+3)	131,73 tCO₂	109,77 tCO₂

Tabella 5.13: metodologia di calcolo location-based.

*Il coefficiente per le emissioni da consumo di gas naturale (Scope 1) è pari a 1,983 kg di CO₂ per smc riportato nel documento Tabella coefficienti standard nazionali 2021. Il coefficiente per le emissioni da consumo di energia elettrica (Scope 2) è pari a 0,278 kg CO₂ per kWh riportato nel documento Italian Greenhouse Gas Inventory - National Inventory report 2021.

**Nel calcolo delle emissioni di Scope 3 sono state considerate le seguenti categorie: beni e servizi acquistati, beni capitali, attività correlate a combustibili ed energia, rifiuti generati dalle operazioni e consumo idrico, trasferite di lavoro, spostamenti casa-lavoro e lavoro da remoto dei dipendenti, asset in affitto a monte, e trasporti e distribuzione a valle. Non sono invece state rilevate emissioni per le voci relative al trasporto e distribuzione a monte e a valle.

Obiettivi e azioni

Green Media Lab ha definito una **roadmap ambientale strutturata**, con obiettivi chiari a breve, medio e lungo termine, orientati alla riduzione dell'impatto ambientale e al miglioramento continuo delle proprie performance. Le azioni previste riguardano tre ambiti strategici: la minimizzazione dei rifiuti, l'ottimizzazione dell'uso dell'acqua e la diminuzione delle emissioni di CO₂, sia dirette che indirette. Per ciascuna area sono stati identificati strumenti operativi, scadenze temporali e target quantitativi che guideranno il nostro **impegno fino al 2030**.

*Piano di decarbonizzazione in appendice: Tabella 5.12.



Motore di responsabilità condivisa

Oltre a definire obiettivi operativi chiari per la riduzione dei propri impatti, Green Media Lab si impegna anche a generare valore positivo **supportando clienti e stakeholder** nei rispettivi percorsi di responsabilità ambientale. L'azienda non si limita, infatti, a ridurre la propria impronta ecologica, ma promuove attivamente pratiche responsabili attraverso azioni di sensibilizzazione e progetti a basso impatto.

Un esempio concreto del nostro impegno è l'organizzazione dell'evento **The Sustainables** presso la nostra sede: un'iniziativa pensata per promuovere l'impegno ambientale e il dialogo sulla responsabilità ambientale e sociale. Per garantirne la coerenza con i nostri valori, abbiamo scelto di **compensare integralmente le emissioni generate**: a fronte di 1 tonnellata di CO₂ prodotta, sono stati acquistati **crediti di carbonio certificati** per un totale di 3 tonnellate, con l'obiettivo di generare un impatto climatico netto positivo.

Questa attenzione si estende anche alle iniziative dei nostri partner: nel biennio 2023-2024, abbiamo supportato la società controllata, **MagNet**, nella realizzazione di **eventi carbon neutral**, contribuendo alla loro progettazione e gestione responsabile.



emoving
D A Y S

Emoving Days



Outdoor & Running Business Days



Winter Business Days



I nostri spazi

Gli spazi di Green Media Lab sono stati concepiti seguendo i principi del **design biofilico**, con l'obiettivo di creare un ambiente accogliente, inclusivo e profondamente **connesso alla natura**. L'approccio si concretizza attraverso l'integrazione armoniosa di elementi naturali, materiali a basso impatto e soluzioni innovative che migliorano la qualità dell'ambiente interno e il **benessere delle persone**.

L'uso diffuso di **materiali riciclati**, scelti per raccontare il valore del cambiamento e dell'invecchiamento naturale, è alla base della progettazione degli arredi. In particolare, la cucina e la zona pranzo al primo piano, realizzate in collaborazione con **Controprogetto**, incarnano l'incontro tra **estetica, circolarità e responsabilità**. Anche la maggior parte dei mobili dell'ufficio, tra cui divani, tavoli e scaffali, segue la stessa filosofia.

La presenza di **113 piante** disposte negli spazi interni e sulla terrazza sottolinea ulteriormente il legame con la natura. Molte delle specie vegetali sono coltivate con tecniche idroponiche, che riducono significativamente il consumo idrico e prevedono il totale abbandono di trattamenti chimici, rafforzando il nostro impegno verso una gestione rispettosa delle risorse.

La progettazione dell'ufficio ha dedicato grande attenzione anche alla luce naturale: oltre il 70% delle pareti è costituito da finestre, favorendo la massima penetrazione della luce diurna. La configurazione aperta degli spazi consente una distribuzione uniforme della luce, migliorando la salute, la produttività e il benessere dei collaboratori.



LA FABBRICA DELL'ARIA™

Tra le principali espressioni del nostro approccio biofilico vi è la **Fabbrica dell'Aria™**, un innovativo **sistema di filtrazione botanica** sviluppato dalla società **PNAT** di Firenze, sotto la guida del **botanico Stefano Mancuso**. Questo dispositivo è stato progettato per **purificare l'aria** in modo naturale, attraverso un processo che sfrutta le capacità metaboliche delle piante.

Il sistema si compone di una struttura vetrata all'interno della quale viene fatta circolare l'aria proveniente dagli ambienti interni. Quest'aria, prima di essere reimpressa negli spazi di lavoro, attraversa un substrato radicale attivo: le piante assorbono le molecole inquinanti presenti nell'aria – come VOC (composti organici volatili), polveri sottili e altre sostanze nocive – e le metabolizzano, trasformandole in sostanze innocue o immagazzinandole nella propria biomassa. Il risultato è un'aria visibilmente più pulita, priva di odori e agenti inquinanti, che contribuisce al benessere delle persone e alla qualità dell'ambiente lavorativo.

Oltre ai benefici sulla salubrità dell'aria, la Fabbrica dell'Aria™ **riduce il fabbisogno energetico** rispetto ai sistemi tradizionali di ventilazione meccanica, rappresentando così una soluzione responsabile sotto il profilo ambientale ed estetico. La sua presenza all'interno dell'ufficio crea inoltre un forte impatto visivo e simbolico, offrendo un suggestivo **angolo di natura viva** e diventando uno degli elementi più rappresentativi del nostro impegno verso un ambiente di lavoro sano, rigenerativo e coerente con i principi del design biofilico.



Supporto alla comunità locale

The background of the slide features silhouettes of several people in a meeting or collaborative setting. On the left, a person is leaning forward, looking towards the center. In the middle, a group of people is standing and talking. On the right, another person is leaning in, looking towards the group. The background is a dark blue gradient with some faint, overlapping circular shapes.

- Supporto alla comunità locale
- Volontariato
- Partnership e collaborazioni consolidate
- The Sostainables
- Maratona con Oklahoma

Cittadinanza attiva

Green Media Lab considera la **relazione con il territorio** un elemento centrale della propria identità e del proprio impegno come Società Benefit e B Corp. Operando con un approccio responsabile e inclusivo, l'azienda si adopera per **generare valore sociale e ambientale** attraverso attività concrete di sostegno alla comunità locale. Dalla promozione del volontariato aziendale al supporto alle organizzazioni nonprofit, fino alla valorizzazione dei fornitori locali e alla condivisione di spazi e competenze, ogni iniziativa è orientata a rafforzare il tessuto sociale e a contribuire a uno sviluppo equo, sostenibile e partecipato.

Supporto alla comunità locale

Green Media Lab si impegna a costruire **relazioni solide e responsabili** con le **comunità** in cui opera, contribuendo attivamente al loro sviluppo sociale e ambientale. In linea con il proprio status di società benefit, l'azienda agisce con l'obiettivo di generare un impatto positivo tangibile attraverso le proprie attività di business e sostenendo iniziative che rispondono ai **bisogni del territorio**. Questo impegno si traduce in un dialogo costante e costruttivo con gli stakeholder locali, nella promozione di **attività di volontariato aziendale** e nella realizzazione di **donazioni** a favore di realtà del terzo settore. Green Media Lab considera queste azioni parte integrante della propria missione, contribuendo a costruire un **ecosistema più equo ed inclusivo**.

LE PRICIPALI INIZIATIVE:

Sostegno ai fornitori locali*: Green Media Lab ha formalizzato il proprio impegno nei confronti dell'economia territoriale attraverso la sottoscrizione, nel 2024, di una lettera di intenti, con l'obiettivo di destinare **almeno il 50%** delle spese per l'acquisto di prodotti e servizi a **fornitori locali, indipendenti** e selezionati sulla base di criteri ambientali e sociali. A fine 2024, grazie all'attività di monitoraggio avviata, è stato registrato un risultato superiore all'obiettivo: **il 63% delle spese per fornitura è stato destinato a fornitori operanti entro un raggio di 80 km**, confermando l'efficacia dell'approccio adottato e il contributo alla riduzione dell'impatto ambientale della supply chain.

Educazione ambientale e sociale: promozione di una cultura della sostenibilità tramite attività ed eventi di sensibilizzazione su tematiche ESG rivolte alla comunità e un programma strutturato di volontariato aziendale;

Diffusione di modelli d'impresa sostenibili: sostegno e promozione del paradigma di Società Benefit e delle imprese B Corp.

Informazione e comunicazione etica: impegno nella diffusione di una cultura dell'informazione responsabile e nella promozione dei principi di marketing etico.



*Sono inclusi i costi derivanti da benefit aziendali (ad esempio, da un fornitore di assicurazione sanitaria privata), i collaboratori autonomi che non sono considerati lavoratori (non lavorano a tempo indeterminato o per più di 20 ore settimanali per un periodo superiore a 6 mesi). Sono stati esclusi gli stipendi e i bonus, l'affitto e i costi delle utenze (acqua, energia, gas, internet, raccolta rifiuti, ecc.).

Green Media Lab sostiene attivamente la comunità mettendo a disposizione **competenze, spazi e risorse** attraverso **progetti pro bono** rivolti a ONG, associazioni e realtà del terzo settore. Offriamo supporto professionale gratuito o agevolato, ospitiamo eventi a tema sociale e ambientale e collaboriamo con organizzazioni impegnate nel cambiamento positivo. In questo modo, contribuiamo a rafforzare il tessuto sociale e a diffondere una cultura della responsabilità ambientale e sociale accessibile e condivisa, in linea con il nostro impegno come società benefit. Abbiamo messo a disposizione spazi condivisi gratuiti per ospitare iniziative promosse da **Amnesty International Italia** e **Sea Shepherd Italia**, offrendo un luogo di confronto, sensibilizzazione e visibilità a due importanti realtà impegnate nella difesa dei diritti umani e nella tutela degli ecosistemi marini. Questi eventi rappresentano un ulteriore segno tangibile del nostro impegno nel generare valore sociale attraverso la condivisione di strumenti, relazioni e visibilità.

In linea con il proprio **impegno a supporto delle comunità**, sia locali che nazionali, Green Media Lab ha **contribuito concretamente** alle attività di diverse associazioni attraverso **donazioni dirette**, così suddivise:



Ente	2023	2024
We Are Urban Milano ODV	-	12.000 €
Bici e solidarietà	180 €	-
Tam Tam Basketball	1.500 €	700 €
Comunità Oklahoma Onlus	3.500 €	2.040 €
Comitato casa dei pesci	2.000 €	-
Emergency	1.000 €	-
Cascina cuccagna	-	4.000 €
Totale	8.180 €	18.740 €

Tabella 6.15. Donazioni ad enti locali

Volontariato

Nel **biennio 2023–2024** Green Media Lab ha proseguito il proprio impegno a favore della responsabilità sociale, promuovendo un programma strutturato di volontariato aziendale che consente a ogni dipendente di dedicare **fino a 20 ore all'anno**, durante l'orario lavorativo, ad attività di utilità sociale. L'iniziativa mira a rafforzare il legame tra azienda e comunità.

I dipendenti italiani possono scegliere di prestare servizio presso due realtà attive nel territorio milanese: **Oklahoma Onlus**, una comunità che accoglie **ragazzi in difficoltà**, e **RECUP**, un progetto che combatte lo **spreco alimentare** nei mercati scoperti della città.



All'interno della comunità Oklahoma Onlus, i volontari possono partecipare a cinque attività strutturate:

-  **Ciclofficina:** dove si riparano vecchie biciclette restituendo loro una nuova vita;
-  **La Cucina di Albert:** laboratorio di cucina e servizio di sala per favorire autonomia e inclusione lavorativa;
-  **NO W. No Waste:** iniziativa per la valorizzazione degli scarti alimentari e la promozione di stili di vita responsabili;
-  **H228 Hip-Hop:** laboratorio educativo e creativo che aiuta i giovani ad esprimere le proprie emozioni attraverso la musica, dalla scrittura alla produzione audio-video;
-  **Cura Boschi Amo:** attività di cura e manutenzione degli spazi verdi come strumento di condivisione e responsabilità collettiva.



Nel progetto RECUP, i volontari affiancano l'associazione nel **recupero di frutta e verdura invenduta presso i mercati**, destinata successivamente a realtà solidali come Croce Rossa Italiana, Banco Alimentare, Caritas e Pane Quotidiano.

Attraverso questo programma, Green Media Lab non solo promuove la partecipazione attiva dei propri dipendenti, ma contribuisce a rafforzare la coesione sociale, generando impatti positivi tangibili sul territorio.

Anche in Spagna Green Media Lab ha attivato collaborazioni solidali, tra le quali figura AIDA (Ayuda, Intercambio y Desarrollo), un'organizzazione nonprofit impegnata nel migliorare le condizioni di vita delle comunità svantaggiate e promuovere i diritti umani. In particolare, abbiamo collaborato con la sede spagnola dell'associazione, supportando AIDA Books&More, la libreria solidale che raccoglie fondi per progetti umanitari attraverso la vendita di libri usati. Il nostro contributo si è concretizzato in attività di volontariato, nella creazione di materiali grafici e nell'organizzazione di un mercatino natalizio interno, rafforzando la comunicazione e la raccolta fondi dell'associazione.

Partnership e collaborazioni consolidate

Negli anni, Green Media Lab ha stretto relazioni con importanti organizzazioni internazionali, consolidando progressivamente il proprio impegno e il proprio ruolo all'interno di una rete globale orientata alla responsabilità ambientale e sociale. In particolare, la società ha aderito nel 2020 al **Global Compact delle Nazioni Unite**, un'iniziativa che promuove un'economia globale rispettosa dell'ambiente, dei diritti umani, del lavoro e della lotta alla corruzione. Il 19 aprile 2024, abbiamo ottenuto lo status di Founder della Fondazione UN Global Compact Network Italy, che ci consente di partecipare attivamente alle attività dell'associazione, accedere a informazioni strategiche e contribuire alle sue iniziative.

A rafforzare ulteriormente questo impegno, nell'estate 2024 anche la sede spagnola di Green Media Lab ha aderito a **UN Global Compact**, estendendo così a livello internazionale il nostro contributo agli obiettivi di sviluppo sostenibile e consolidando la presenza del gruppo all'interno di una comunità globale di oltre 17.000 aziende, attive in 160 Paesi.

Green Media Lab ha avuto l'onore di ospitare, presso il proprio headquarter, un ciclo di eventi organizzati dalla Fondazione UN Global Compact Italia. In particolare, è stato accolto il **Climate Ambition Accelerator**, un programma volto a supportare le imprese nel loro percorso di contrasto al cambiamento climatico. L'iniziativa ha visto la partecipazione attiva dei promotori del programma e ha rappresentato un'importante occasione per approfondire le tematiche legate alla transizione climatica, favorendo al contempo momenti di confronto e networking tra i partecipanti.

Inoltre, abbiamo ospitato nei nostri uffici spagnoli un evento organizzato da **B Lab Spain**, intitolato "**Employee Engagement: The gravitational force that draws people working in the company toward a higher purpose**". L'incontro ha coinvolto diverse aziende B Corp, invitate per condividere idee, ispirazioni e best practice legate al tema del coinvolgimento delle persone e dell'allineamento con un obiettivo comune e più grande.

In questa direzione si inserisce la partecipazione al progetto "**Organization Check Up**" (OCU), un'iniziativa che si inserisce all'interno dell'MBA FT del Politecnico di Milano. Avviato a novembre 2022 e conclusosi a fine febbraio 2023, il progetto ha coinvolto un team di quattro studenti incaricati di mappare un processo chiave individuato dall'azienda, applicando le metodologie apprese nel corso del Master. Ogni studente ha dedicato circa 100 ore al progetto nell'arco di tre mesi, con un output finale pensato per restare a beneficio dell'azienda. Gli OCU possono successivamente evolvere in Project Work individuali, ampliando ulteriormente il valore generato dalla collaborazione.

In continuità con questa apertura verso l'ecosistema universitario, Green Media Lab ha ospitato una delle iniziative del progetto **MUSA – Multilayered Urban Sustainability Action**, un Ecosistema dell'Innovazione finanziato dal Ministero dell'Università e della Ricerca attraverso il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR). MUSA coinvolge le **quattro principali università milanesi** – Università di Milano-Bicocca, Politecnico di Milano, Università Bocconi e Università Statale di Mi-



lano – insieme a numerosi partner pubblici e privati, con l'obiettivo di affrontare in modo integrato le sfide della transizione verso la sostenibilità ambientale, economica e sociale nei contesti urbani.

All'interno di questo percorso, nel **giugno 2024** Green Media Lab ha ospitato presso il proprio headquarter la presentazione di **R4MILANOECOSYSTEM**: una piattaforma digitale multi-stakeholder ideata da Green Media Lab per avvicinare aziende e cittadini alle pratiche di sostenibilità e circolarità nei settori della moda e del design. La piattaforma si propone di offrire strumenti concreti per affrontare le attuali sfide ambientali e promuovere soluzioni innovative lungo l'intera filiera, in piena coerenza con gli obiettivi e la visione del progetto MUSA.

Oltre ai progetti già citati, Green Media Lab intrattiene collaborazioni attive con l'**Università IULM** e la **24ORE Business School**. Questi rapporti favoriscono un dialogo costante con il mondo accademico e rappresentano un'opportunità strategica per individuare e valorizzare giovani talenti, contribuendo alla crescita professionale degli studenti e al rinnovamento continuo delle competenze aziendali.



The Sustainables

Nel 2023 Green Media Lab ha organizzato l'edizione 0 di **The Sustainables**, un primo esperimento che ha posto le basi per un progetto più ampio e strutturato, pensato per valorizzare le **visioni delle nuove generazioni sui temi della responsabilità ambientale e sociale**. A partire da quell'esperienza, **nel 2024 è stata lanciata ufficialmente la prima edizione di The Sustainables**, un evento ideato come contest aperto a giovani talenti chiamati a proporre progetti, idee e soluzioni concrete per affrontare le grandi sfide del nostro tempo.

L'iniziativa si è svolta presso la sede di Green Media Lab Italia e ha ricevuto il patrocinio del Comune di Milano. Ha coinvolto numerosi attori esterni tra cui **organizzazioni nonprofit, giornalisti, influencer**, aziende sponsor e rappresentanti del network di Green Media Lab. I progetti presentati sono stati valutati da una giuria d'eccellenza composta da personalità di rilievo nel mondo dell'innovazione, della cultura e della sostenibilità: **Giovanni Storti, Stefano Mancuso, Francesca Romana Rinaldi e Sciaké Bonadeo**, con la moderazione di **Anna Favella**.

L'intero evento è stato progettato per essere a basso impatto: grazie alla **collaborazione con Carbonplanet**, le emissioni di CO₂ sono state non solo interamente compensate: a fronte di 1 tonnellata di CO₂ prodotta, sono stati acquistati crediti di carbonio certificati per 3 tonnellate, generando così un **impatto climatico netto positivo**.

The SOSTainables si è affermato come **molto più di un semplice momento di confronto**: è diventato un autentico **laboratorio di idee e di comunità**. Un'iniziativa che ha intrecciato **formazione, partecipazione e azione concreta**, con l'obiettivo di amplificare nuove voci, generare ispirazione e favorire connessioni tra chi, ogni giorno, lavora per costruire un **futuro più equo e responsabile**.



Maratona con Oklahoma



Nel 2023 e nel 2024 Green Media Lab ha contribuito all'organizzazione della Relay Marathon, la staffetta solidale inserita nel programma ufficiale della Wizz Air Milano Marathon. In collaborazione con la Comunità Oklahoma Onlus, l'iniziativa ha coinvolto realtà del terzo settore, aziende e cittadini in una corsa a squadre, con l'obiettivo di raccogliere fondi a sostegno dei percorsi educativi e sociali rivolti ai ragazzi accolti dalla comunità. La maratona ha rappresentato un'importante occasione per promuovere i valori della solidarietà e dell'inclusione, pienamente condivisi da Green Media Lab. Il nostro team ha preso parte attivamente sia agli aspetti organizzativi e comunicativi dell'evento, sia alla promozione della partecipazione attraverso i nostri canali e il nostro network. L'iniziativa ha ricevuto una grande adesione da parte del pubblico e ha contribuito a finanziare progetti concreti, tra cui le vacanze estive dei ragazzi della comunità. Con questa esperienza, Green Media Lab conferma il proprio impegno a sostenere progetti capaci di generare un impatto positivo sul territorio, valorizzando la forza della collaborazione e dell'attivazione collettiva.

Appendice

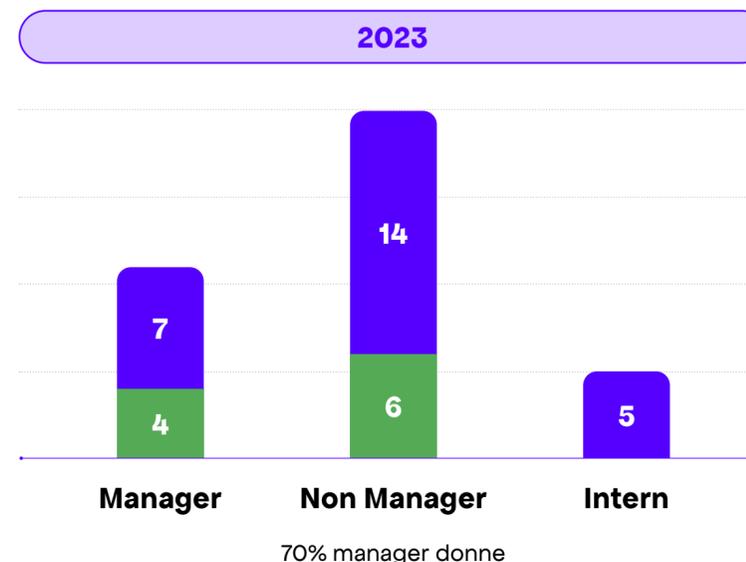
An aerial photograph of a wooden pier extending into a body of water. The pier is made of wooden planks and has a small platform at the end. A yellow buoy is visible in the water to the right of the pier. The water is a deep blue color, and there are some rocks visible at the bottom of the frame.

- [Annex 01 - Tabelle e numeri](#)
- [Annex 02 - Tabella VSME](#)

Annex 01 - Tabelle e numeri

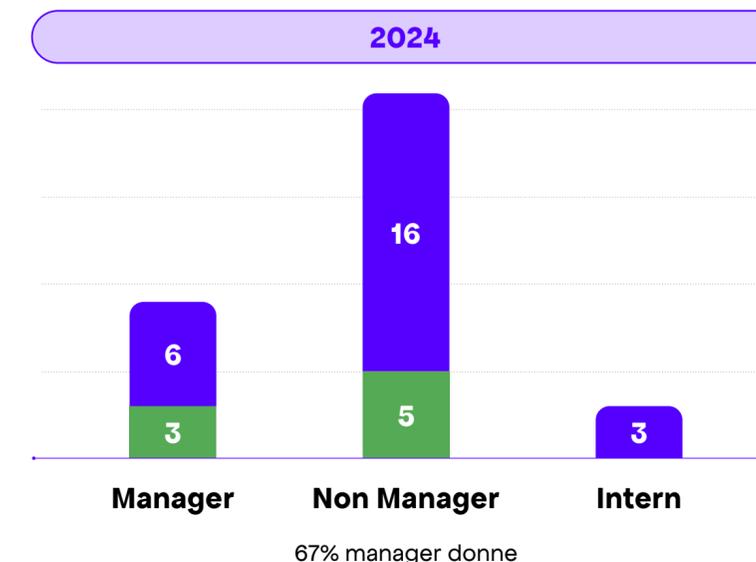
	2023	2024
Valore economico distribuito	3.083.165 €	3.089.456 €
Altri costi operativi	1.736.633 €	937.300 €
Spese da fornitori locali	-	819.188 €
Salari e benefit dei dipendenti	1.181.367 €	1.154.326 €
Affitti e locazioni	149.658 €	151.360 €
Pagamenti a fornitori di capitale	7.327 €	8.582 €
Pagamenti alla Pubblica Amm.ne	-	-
Investimenti nella comunità*	8.180 €	18.700 €
Valore economico trattenuto	172.873 €	208.352 €

Tabella 3.3: Sono stati presi in considerazione i dati di GML Italia e Spagna.



Tipo di contratto	Italia	Spagna
Indeterminato	31	2
Determinato	1	2
Totale	32	4

Tabella 4.4



Tipo di contratto	Italia	Spagna
Indeterminato	27	2
Determinato	2	2
Totale	29	4

Tabella 4.5

Annex 01 - Tabelle e numeri

Gender Pay Gap 2023	Manager	1,76%
	Non Manager	6,83%
Gender Pay Gap 2024	Manager	1,45%
	Non manager	-3,2%

Tabella 4.6: Gender pay gap.

Totale ore di formazione nel 2023			
Ruolo	Uomo	Donna	Totale
Manager	32	93	125
Non Manager	41	233	274
Stage	6	36	42
Totale	79	403	441

Totale ore di formazione nel 2024			
Ruolo	Uomo	Donna	Totale
Manager	12	34	46
Non Manager	94	271	365
Stage	-	132	132
Totale	106	437	543

Tabella 4.7: Formazione dei dipendenti.

Annex 01 - Tabelle e numeri

AT1: PROCESSO DI RECRUITMENT

Tabella 4.8. Strategia di parità di genere - AT1

Obiettivo	Azione / Strumento	CRONOPROGRAMMA			KPI
		2024	2025	2026	
AT1.01 Garantire che tutti i processi di selezione siano liberi da bias e includano candidature diversificate.	Sviluppo di un vademecum dettagliato, oltre alla policy esistente		X		-
	Introduzione di strumenti per riequilibrare i generi in determinate posizioni prettamente femminili.		X		-
AT1.02 Assicurare un linguaggio inclusivo in ogni step del processo di recruitment.	Formazione ad hoc su linguaggio inclusivo.	X			-

Annex 01 - Tabelle e numeri

AT2: GESTIONE DELLA CARRIERA

Tabella 4.8. Strategia di parità di genere - AT2

Obiettivo	Azione / Strumento	CRONOPROGRAMMA			KPI
		2024	2025	2026	
AT2. 01 Garantire pari opportunità di leadership ad ogni livello decisionale.	Assicurare un'equa partecipazione femminile a livello manageriale.	X			% donne nel management
AT2. 02 Garantire che le valutazioni delle prestazioni siano eque e trasparenti per tutti.	Condivisione e formazione su politiche e modalità di performance review.	X			Sviluppo di flussi e processi, ore di formazione
AT2. 03 Pari accesso a formazione professionale e programmi di mentorship per supportare lo sviluppo delle competenze nei dipendenti.	Corsi specifici professionali e di leadership.			X	N. ore di formazione
AT2. 04 Incoraggiare lo spostamento orizzontale nell'organizzazione.	Colloqui individuali con manager e HR per indagare l'interesse individuale per altre posizioni e unit.		X		N. spostamenti orizzontali in altri team

Annex 01 - Tabelle e numeri

AT3: EQUITÀ SALARIALE

Tabella 4.8. Strategia di parità di genere - AT3

Obiettivo	Azione / Strumento	CRONOPROGRAMMA			KPI
		2024	2025	2026	
AT3. 01 Azzeramento del divario retributivo (Gender Pay Gap Pay), prestando attenzione a tutti i fattori che possano causarlo.	Condivisione della fascia retributiva e di inquadramento e individuale.		X		Invio comunicazione
	Possibilità di poter segnalare formalmente eventuali disparità retributive.			X	N. di segnalazioni
	Informazione e formazione periodica a tutti i dipendenti sulle politiche retributive adottate in azienda e sulla lettura di un contratto e della busta paga.				X

Annex 01 - Tabelle e numeri

AT4: GENITORIALITÀ E CURA

Tabella 4.8. Strategia di parità di genere - AT4

Obiettivo	Azione / Strumento	CRONOPROGRAMMA			KPI
		2024	2025	2026	
AT4. O1 Garantire pieno supporto ai dipendenti pre e post congedo di genitorialità.	Piano di onboarding dedicato al rientro dal congedo con aggiornamenti e informazioni su cambiamenti importanti avvenuti sul posto di lavoro; Check regolari post-rientro per valutare il benessere del dipendente.		X		N. piani di onboarding dettagliati; % rientri post congedo
	Aumentare i giorni di paternità oltre a quelli obbligatori previsti dal CCNL.			X	N. giorni di paternità aggiuntivi
AT4. O2 Garantire una maggiore flessibilità nelle modalità di lavoro.	Flessibilità nell'orario di lavoro e potenziamento del telelavoro su richiesta.	X			N. permessi accettati

Annex 01 - Tabelle e numeri

AT5: WORK-LIFE BALANCE

Tabella 4.8. Strategia di parità di genere - AT5

Obiettivo	Azione / Strumento	CRONOPROGRAMMA			KPI
		2024	2025	2026	
AT5. O1 Assicurare benefit/welfare soddisfacenti e flessibilità per garantire un giusto equilibrio casa-lavoro.	Monitoraggio regolare della soddisfazione dei dipendenti riguardo ai benefit/welfare e al work-life balance tramite sondaggi aziendali.		X		Livello medio di soddisfazione su benefit/welfare aziendali e su work-life balance
	Potenziare la flessibilità di orario laddove le necessità produttive lo consentano.			X	Livello di assenteismo (% permessi richiesti da donne vs uomini)
AT5. O2 Potenziare il telelavoro per personale "fuori sede" o con particolari necessità familiari.	Garantire, se le condizioni lavorative lo permettono, più giorni di telelavoro per il personale che ne fa richiesta per motivi familiari.			X	N. giorni di telelavoro garantiti su richiesta

Annex 01 - Tabelle e numeri

AT6: PREVENZIONE DI MOLESTIE E ABUSI

Tabella 4.8. Strategia di parità di genere - AT6

Obiettivo	Azione / Strumento	CRONOPROGRAMMA			KPI
		2024	2025	2026	
AT6. 01 Implementare una politica diffusa di “tolleranza zero” verso molestie e comportamenti illeciti, con procedure chiare di segnalazione e un intervento efficace.	Formazione su “Tolleranza zero” e “Prevenzione dalle molestie”.		X		N. ore di formazione
	Sviluppo di un sistema di whistleblowing per garantire l’anonimato e la protezione dei segnalatori.	X			N. di incidenti discriminatori/molestie riportate; N. casi risolti
	Invio di questionari anonimi e sondaggi su abusi e molestie per riscontrare eventuali casi di molestie non pervenute tramite il canale ufficiale.	X			Questionari inviati; N. casi riscontrati
	Coinvolgere i key stakeholder sulla politica di tolleranza zero (consulenti esterni, principali fornitori e clienti).			X	Policy /documenti condivisi con key stakeholder

Annex 01 - Tabelle e numeri

Rifiuti	2023	2024
Pericolosi	-	-
Non pericolosi	9.267 KG	7.100 KG
Totale prodotto	9.267 KG	7.100 KG

Tabella 5.9: Rifiuti prodotti.

Sede	Prelievi 2023	Prelievi 2024
Green Media Lab Italia	214 m ³	231 m ³
Green Media Lab Spagna	21,4 m ³	13,23 m ³
Totale	235 m³	245 m³

Tabella 5.10: Prelievo idrico.

Consumo energetico 2023	Rinnovabile	Non rinnovabile	Totale
Electricità	36,82 MWh	-	36,82 MWh
Carburanti	-	46,75 MWh	46,75 MWh*
Totale	36,82 MWh	46,75 MWh	83,57 MWh

Tabella 5.11: Consumo energetico 2023.

Consumo energetico 2024	Rinnovabile	Non rinnovabile	Totale
Electricità	47,56 MWh	-	47,56 MWh
Carburanti*	6,00 MWh	5,68 MWh	11,68 MWh
Totale	53,56 MWh	5,68 MWh	59,24 MWh

Tabella 5.12: Consumo energetico 2024.

Emissioni di CO ₂ (tCO ₂ eq)	2023	2024
Scope 1	11,27 tCO ₂	11,12 tCO ₂
Scope 2	8,46 tCO ₂	13,68 tCO ₂
Scope 3	112,00 tCO ₂	84,97 tCO ₂
Totale (1+2+3)	131,73 tCO₂	109,77 tCO₂

Tabella 5.13. Emissioni di CO₂ (tCO₂ eq)

Annex 01 - Tabelle e numeri

Tabella 5.14. Piano di gestione ambientale

Obiettivo	Azione / Strumento	TEMPISTICHE			Target di riduzione
		Breve (2025)	Medio (2026-2028)	Lungo (2030)	
Minimizzare la produzione di rifiuti	Ottimizzare la raccolta differenziata e il corretto smaltimento.	X			-
	Introdurre un sistema di monitoraggio dei rifiuti efficiente.		X		-
	Stabilire accordi con partner esterni per il recupero e il riutilizzo dei prodotti non più necessari.			X	-30% kg
Ottimizzare l'utilizzo dell'acqua	Valutare l'implementazione di sistemi per il recupero e il riciclo delle acque grigie in processi che non richiedono acqua potabile.			X	-20% m3

Annex 01 - Tabelle e numeri

Tabella 5.14. Piano di gestione ambientale

Obiettivo	Azione / Strumento	TEMPISTICHE			Target di riduzione
		Breve (2025)	Medio (2026-2028)	Lungo (2030)	
Diminuire le emissioni di CO ₂ dirette e indirette	Completare l'installazione dei pannelli solari.	X			-30% kWh
	Compensazione delle emissioni degli eventi.	X			-20% KgCO ₂ eq
	Compensazione delle emissioni residuali (obiettivo di dimezzazione delle emissioni).			X	-50% KgCO ₂ eq
	Prevedere l'uso del Cloud distribuito invece di un server fisico attivo h24 che consuma un quantitativo di energia maggiore.			X	-

Annex 01 - Tabelle e numeri

Ente	2023	2024
We Are Urban Milano ODV	-	12.000 €
Bici e solidarietà	180 €	-
Tam Tam Basketball	1.500 €	700 €
Comunità Oklahoma Onlus	3.500 €	2.040 €
Comitato casa dei pesci	2.000 €	-
Emergency	1.000 €	-
Cascina cuccagna	-	4.000 €
Totale	8.180 €	18.740 €

Tabella 6.15. Donazioni ad enti locali

Annex 02 - Tabella VSME

MODULO BASE (BASIC MODULE)

VSME Standard	Informativa	Capitolo	Note / Omissioni
B1.24	Se ha scelto il Modulo Base o il Modulo Base + Modulo Completo.	Capitolo 1 - Overview	Modulo Base + Modulo Completo.
B1.24	Se alcune informazioni sono omesse perché sensibili o classificate.		Nessuna informazione è stata omessa.
B1.24	Se il report di sostenibilità è individuale o consolidato (con inclusione di controllate).	Capitolo 1 - Overview	
B1.24	Elenco delle controllate con indirizzo registrato.	Capitolo 1 - Overview	ITA: Via Tertulliano 68/70 - Milano 20137. ESP: Calle Gaztambide 3, local 3 - Madrid 28015.

Annex 02 - Tabella VSME

MODULO BASE (BASIC MODULE)

VSME Standard	Informativa	Capitolo	Note / Omissioni
B1.24	Forma legale dell'azienda.	Capitolo 1 - Overview	
B1.24	Codice NACE.		Codice Nace: 70.21 (Pubbliche relazioni e comunicazione).
B1.24	Bilancio totale e fatturato (in Euro).	Capitolo 3 - Governance	
B1.24	Numero di dipendenti (headcount o full-time equivalents).	Capitolo 4 - People	

Annex 02 - Tabella VSME

MODULO BASE (BASIC MODULE)

VSME Standard	Informativa	Capitolo	Note / Omissioni
B1.24	Paese principale di operazioni e localizzazione degli asset significativi.	Capitolo 1 - Overview	
B1.24	Geolocalizzazione dei siti di proprietà, in locazione o gestiti.	Capitolo 1 - Overview	
B1.25	Se l'azienda ha ottenuto certificazioni o etichette di sostenibilità, deve fornire una breve descrizione.	Capitolo 1 - Overview	
B2.26	Le politiche di sostenibilità attuali.	Capitolo 2 - Obiettivi di sviluppo sostenibile	

Annex 02 - Tabella VSME

MODULO BASE (BASIC MODULE)

VSME Standard	Informativa	Capitolo	Note / Omissioni
B2.26	Le pratiche aziendali che riflettono l'impegno per la sostenibilità.	Capitolo 2 - Obiettivi di sviluppo sostenibile	
B2.26	Le iniziative future previste per migliorare la sostenibilità.	Capitolo 2 - Obiettivi di sviluppo sostenibile	
B2.26	Se ha fissato obiettivi specifici per migliorare la sostenibilità.	Capitolo 2 - Obiettivi di sviluppo sostenibile	
B2.27	Pratiche per la riduzione degli impatti negativi e per migliorare i suoi impatti positivi sulle persone e sull'ambiente.	Capitolo 2 - Obiettivi di sviluppo sostenibile	

Annex 02 - Tabella VSME

MODULO BASE (BASIC MODULE)

VSME Standard	Informativa	Capitolo	Note / Omissioni
B3.29	Consumo energetico totale (MWh), suddiviso tra elettricità rinnovabile/non rinnovabile e combustibili.	Capitolo 5 - Environment	
B3.30	Emissioni GHG (tCO ₂ eq) per Scope 1 e Scope 2.	Capitolo 5 - Environment	
B2.50	Se disponibili, emissioni di Scope 3.	Capitolo 5 - Environment	
B3.31	Intensità delle emissioni GHG (tCO ₂ eq/€ fatturato).		2023= 0,0000364 2024= 0,0000298

Annex 02 - Tabella VSME

MODULO BASE (BASIC MODULE)

VSME Standard	Informativa	Capitolo	Note / Omissioni
B4.32	Tipologia e quantità di emissioni inquinanti.		N/A. L'impresa non è tenuta per legge a segnalare le proprie emissioni di inquinanti. Informazioni non disponibili.
B5.33	Ettari di proprietà e se l'azienda opera in o vicino ad aree di biodiversità sensibili.		N/A L'impresa non opera in o vicino ad aree di biodiversità sensibili.
B5.34	Impatti sulla biodiversità.		Come azienda di servizi abbiamo un ridotto impatto sulla biodiversità.
B6.35	Totale prelievo idrico (m3).	Capitolo 5 - Environment	

Annex 02 - Tabella VSME

MODULO BASE (BASIC MODULE)

VSME Standard	Informativa	Capitolo	Note / Omissioni
B6.35	Consumo idrico netto.		N/A Data la nostra attività, il nostro consumo idrico è uguale al prelievo idrico.
B6.35	Prelievo in aree ad alto stress idrico.		N/A L'impresa non ha in atto processi di produzione a consumo significativo di acqua. Non si preleva in aree ad alto stress idrico.
B7.37	Applicazione dei principi di economia circolare.	Capitolo 5 - Environment	
B7.38	Totale dei rifiuti generati.	Capitolo 5 - Environment	

Annex 02 - Tabella VSME

MODULO BASE (BASIC MODULE)

VSME Standard	Informativa	Capitolo	Note / Omissioni
B7.38	Percentuale di rifiuti riciclati/riutilizzati.		Nel 2023 risulta riciclato il 3,18% dei rifiuti prodotti, cifra rimasta pressochè uguale nel 2024 (3,19%).
B8.39	Numero di dipendenti per tipo di contratto, genere, paese.	Capitolo 4 - People	
B8.40	Tasso di turnover.		2023: 10% 2024: 33%
B9.41a	Il numero e il tasso di lavoro registrabile correlato a incidenti.		Non sono stati registrati infortuni.

Annex 02 - Tabella VSME

MODULO BASE (BASIC MODULE)

VSME Standard	Informativa	Capitolo	Note / Omissioni
B9.41b	Numero di decessi dovuti a infortuni e malattie professionali.		Non sono stati registrati infortuni.
B10.42a	Parità salariale rispetto al salario minimo legale.	Capitolo 4 - People	In Italia non è presente un salario minimo legale. In Spagna si rispetta.
B10.42b	Gender pay gap.	Capitolo 4 - People	
B10.42c	Percentuale di dipendenti coperti da contrattazione collettiva.		Il 100% dei nostri dipendenti è coperto da accordi di contrattazione collettiva.

Annex 02 - Tabella VSME

MODULO BASE (BASIC MODULE)

VSME Standard	Informativa	Capitolo	Note / Omissioni
B10.42d	Ore medie di formazione per dipendente, ripartite per genere.	Capitolo 4 - People	
B11.43	Numero e tipologia di condanne e multe.		Nel biennio non sono state riscontrate multe o condanne.
B11.43	Importo totale delle sanzioni.		Nel biennio non sono state riscontrate multe o condanne.

Annex 02 - Tabella VSME

MODULO COMPLETO (COMPREHENSIVE MODULE)

VSME Standard	Informativa	Capitolo	Note / Omissioni
C1.47	Descrizione del modello di business.	Capitolo 1 - Overview	
C1.47a	Principali prodotti e servizi offerti.	Capitolo 1 - Overview	
C1.47b	Mercati di riferimento.	Capitolo 1 - Overview	
C1.47c	Relazioni con stakeholder chiave.	Capitolo 6 - Community	

Annex 02 - Tabella VSME

MODULO COMPLETO (COMPREHENSIVE MODULE)

VSME Standard	Informativa	Capitolo	Note / Omissioni
C1.47d	Elementi ESG integrati nella strategia aziendale.	Capitolo 2 - Obiettivi di sviluppo sostenibile	
C2.48	Politiche e pratiche attuali di sostenibilità.	Capitolo 3 - Governance	
C2.48	Iniziative future per la transizione sostenibile.	Capitolo 2 - Obiettivi di sviluppo sostenibile	
C2.213	Obiettivi per la sostenibilità.	Capitolo 2 - Obiettivi di sviluppo sostenibile	

Annex 02 - Tabella VSME

VSME Standard	Informativa	Capitolo	Note / Omissioni
C2.213	Sfide e opportunità della transizione.	Capitolo 2 - Obiettivi di sviluppo sostenibile	
C2.213	Investimenti previsti per migliorare la sostenibilità.	Capitolo 2 - Obiettivi di sviluppo sostenibile	
C2.48	Iniziative future per la transizione sostenibile.	Capitolo 2 - Obiettivi di sviluppo sostenibile	
C2.213	Azioni implementate per il raggiungimento degli obiettivi.	Capitolo 2 - Obiettivi di sviluppo sostenibile	

Annex 02 - Tabella VSME

VSME Standard	Informativa	Capitolo	Note / Omissioni
C2.49	Livello più alto dell'attuazione delle politiche di sostenibilità.	Capitolo 3 - Governance	
C3.54	Obiettivi di riduzione dei gas serra.	Capitolo 2 - Obiettivi di sviluppo sostenibile	
C3.54a	Anno target e valore dell'obiettivo.	Capitolo 5 - Environment	
C3.54b	Anno base e valore di riferimento.	Capitolo 5 - Environment	

Annex 02 - Tabella VSME

VSME Standard	Informativa	Capitolo	Note / Omissioni
C3.54c	Unità di misura utilizzate per il target.	Capitolo 5 - Environment	
C3.54d	Se riguarda Scope 1, Scope 2 e/o Scope 3.	Capitolo 5 - Environment	
C3.54e	Azioni previste per raggiungere gli obiettivi.	Capitolo 2 - Obiettivi di sviluppo sostenibile	
C3.55	Se l'azienda opera in settori ad alto impatto climatico, deve indicare se e quando prevede di adottare un piano di transizione climatica.		N/A L'azienda non opera in settori ad alto impatto, essendo il core business la vendita di servizi ma ha comunque aderito allo SME Climate Hub.

Annex 02 - Tabella VSME

VSME Standard	Informativa	Capitolo	Note / Omissioni
C4.57	Strategie implementate per mitigare tali rischi.	Capitolo 2 - Obiettivi di sviluppo sostenibile	
C4.58	Identificazione dei rischi climatici.	Capitolo 2 - Obiettivi di sviluppo sostenibile	
C5.59	Rapporto donne/uomini nel management.	Capitolo 4 - People	
C5.60	Utilizzo di lavoratori autonomi e temporanei.		Nel 2023 ci siamo avvalsi di un lavoro con contratto di diritto d'autore e uno a partita IVA. Nel 2024 di uno con diritto d'autore e 2 a partita IVA.

Annex 02 - Tabella VSME

VSME Standard	Informativa	Capitolo	Note / Omissioni
C6.61a	Esistenza di codice condotta o politiche sui diritti umani.	Capitolo 3 - Governance	
C6.61b	In caso affermativo, ciò riguarda (SI/NO): lavoro minorile, lavoro forzato, trattamento degli esseri umani, discriminazione, prevenzione degli incidenti, altro (se si, specificare).	Capitolo 3 - Governance	
C6.61c	Meccanismi di segnalazione per violazioni.	Capitolo 3 - Governance	
C7.62	Eventuali incidenti negativi e azioni correttive adottate.		Non sono stati registrati incidenti.

Annex 02 - Tabella VSME

VSME Standard	Informativa	Capitolo	Note / Omissioni
C7.62	Dettagli su eventuali incidenti e misure adottate.		Non sono stati registrati incidenti.
C7.62c	Conoscenza di eventuali incidenti confermati che coinvolgono i lavoratori nella catena del valore, comunità interessate, consumatori e utenti finali.		Non sono stati registrati incidenti.
C8.63	Ricavi da settori come tabacco, combustibili fossili, armi, produzione di prodotti chimici.		Non abbiamo ricavi da nessuno di questi settori.
C8.64	Eventuali esclusioni da benchmark UE.		L'azienda non è esclusa dai parametri di riferimento dell'UE allineati all'accordo di Parigi.
C9.65	Percentuale di donne/uomini nel consiglio di amministrazione.	Capitolo 3 - Governance	